



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Administração

Gestão Financeira

Ciências Contábeis

Marketing

Tecnologia em Logística

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Cafeteria Bom Sabor

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Administração
Gestão Financeira
Ciências Contábeis
Marketing
Tecnologia em Logística

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Cafeteria Bom Sabor

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Fábio Antônio Rodrigues de Moraes RA 1012020100431
Felipe Moura Cagnani RA 1012020100257
Helena Maria Marques RA 1012020100105
Mayson Aurélio Leal Silva RA 1012020100988
Yasmin Cristina Buratin RA 1012021100329

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	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	7
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	11
3.2.2.1 A HISTÓRIA DO EMPREENDEDOR HOWARD SCHULTZ SE MISTURA COM A HISTÓRIA DA STARBUCKS	13
3.2.2.2 AMBIENTE ACOLHEDOR E GRÃOS DE CAFÉ	15
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	15
4. CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS	19
ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

Nesse Projeto Integrado, temos como objetivo desenvolver uma nova ideia de um novo empreendimento tomando como base diversas ideias discutidas em grupo chegando na conclusão do desenvolvimento de uma Cafeteria para rápidas refeições.

Embasamos a nossa pesquisa nos conteúdos das disciplinas de Administração Estratégica e Gestão Empreendedora, seguindo assim as dicas dos professores e tutores que nos foram disponibilizadas nas plataformas dos cursos.

Sendo assim, segue o nosso o Projeto Integrado na esperança de que seja de fácil compreensão e completo em sua oferta.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Cafeteria Bom Sabor, foi criada no mês de janeiro do ano de 2020, entre dois sócios, Mayson Aurélio Leal Silva e Juliana Petine Clemente Burioli. A idéia de criar um estabelecimento para servir diversos tipos de cafés, e outros acompanhamentos, como: (bolos, tortas, sucos, queijos, sobremesas variadas e etc), veio a se originalizar depois de longos anos em que Aurélio e Juliana trabalharam dentro de um shopping, no qual existia uma pequena área de refeições rápidas e, entre uma grande variação de cardápio, o café era uma das refeições mais desejadas.

A área interna do estabelecimento proporciona um espaço grande e aconchegante, tudo bem distante de uma cafeteria comum e de seus principais concorrentes, com mesas, cadeiras, balcões, ar condicionado e um atendimento rápido, de tal modo que o cliente possa degustar com a maior satisfação e fidelidade possível. A cafeteria tem um foco muito grande em manter seus clientes satisfeitos, servindo grandes variações e novos sabores para que ali “prendam” seus clientes.

Público Alvo: Homens e mulheres que são residentes nas imediações ou que passam diariamente cursando seus trajetos (trabalho, academia, casa e etc). Pessoas que se encontram na faixa etária de 20 a 80 anos, que são apreciadores de café, podendo estar acompanhados pela família ou não.

Dados e localidade do estabelecimento:

- Cidade: Santa Barbara D’ Oeste
- Estado: São Paulo
- Endereço: Av. Duque de Caxias N°190
- Nome da empresa: Cafeteria Bom Sabor
- Data de Inauguração: 10/01/2020
- CNPJ: 19.654.422/0001-81

- Enquadramento tributário: Optante pelo simples
- Setor de atividade: Comércio
- Telefone: (55) 11 3957-6211
- PIS/PASEP: 951.352.631.55

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Pensando em nossos clientes desenvolvemos um cardápio que atenda o paladar de cada indivíduo, desde universitários até a terceira idade, levando em consideração opções diversificadas, para quem prefere consumir uma refeição mais leve, sem muito açúcares e gorduras, ou até mesmo para quem deseja começar o dia com um delicioso omelete a moda da casa, com tudo o que tem direito.

O ambiente é completamente climatizado e tranquilo, isento de qualquer poluição sonora, perfeito para desfrutar de uma refeição saborosa sem qualquer distração ou incômodo. Queremos que as pessoas que optaram pela nossa culinária e atendimento sejam recompensadas recebendo assim o melhor que possamos oferecer.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Os empreendedores da Cafeteria Bom Sabor tem um perfil dinâmico onde há um encaixe entre o perfil da sócia Juliana que tem conhecimentos técnicos em gastronomia e por isso tem um “Know-how” bem amplo nesta área de prestação de serviços. Já o Mayson tem conhecimento técnico na área de gestão de pessoas, sendo ele formado em Psicanálise e com ampla experiência em atendimento ao mais variado tipo de público.

Juntos eles formam uma dupla técnica nas funções que de certa forma são mais importantes para o empreendimento, que são: o saber de como executar o que se propõe e o saber de ouvir e atender às necessidades de sua clientela.

São proativos, disciplinados e como ambos estão na faixa etária dos 37 anos, trazem também uma boa bagagem de experiência de vida que se faz muito importante para qualquer tipo de empreendimento.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Ao pensar nos recursos para a fonte de capital, tivemos que ser bastante cautelosos com os recursos financeiros pois o processo é bem complicado tanto que não são todos que conseguem esses recursos. E em longas conversas e pontos apontados pelos sócios, foi optado pelo uso de reservas adquiridas ao longo do tempo e do financiamento por endividamento, que no caso deverá ser pago a quantia em que foi financiado com um acréscimo de juros e uma possível taxa adicional, no qual é chama de pontos, que é cobrada pela obtenção e o uso do dinheiro.

No financiamento por endividamento, foi optado por o de longo prazo, que representa um período superior a um ano. Com esse financiamento foi utilizado para a obtenção dos ativos, como a área no qual a Cafeteria iria se instalar, maquinários, balcões, mesas e cadeiras, além dos recursos para dar início a produção dos pratos.

Com o investimento próprio e o financiamento, o valor chegou a quase R\$100.000,00, conseguindo a aquisição de todos os materiais necessários para dar início ao novo empreendimento e com isso, nossa expectativa é de um faturamento mensal de aproximadamente R\$50.000,00 tendo como lucro líquido a base de 20%, sendo assim R\$5.000 líquido para cada sócio nos primeiros 2 anos, possivelmente aumentando após a liquidação do financiamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O novo empreendimento traz como proposta um convite para que os seus clientes não “só” saboreie suas delícias, como também, se sinta inteiramente acolhido em um espaço de “confort-food”. A proposta é para que ao se adentrar naquele espaço, o cliente consiga desfrutar de tudo que o cerca, a tranquilidade que vem se contrapor a correria do seu dia a dia, o aconchego de um clima que serve para descansá-lo dos desconfortos da rotina cansativa de trabalho, o atendimento atencioso e alegre para refazer o seu “astral”.

Esse é o ponto que diferencia a Cafeteria Bom Sabor de seus concorrentes, pois, através das pesquisas realizadas pelos empreendedores, foi constatado que esse mercado tem oferecido mais do mesmo, que são: lugares pequenos, sempre ou muito cheios e com muito barulho (uma mistura dos gritos dos funcionários acelerados com as conversas das mesas que estão dispostas quase sempre uma muito próxima da outra), ou muito vazios e tristes, servindo uma comida pré-pronta que já perdeu suas características de sabores.

A proposta então é se contrapor a isso sem elevar demais o custo benefício em um local com espaço, pois o foco não é a quantidade somente, mas também a qualidade de um local que seja sempre agradável. A cafeteria será instalada em uma localidade com muitos escritórios, mas que também abrange um público residencial. Majoritariamente adultos em uma faixa etária que varia entre 20 a 80 anos de idade, com renda mensal média de 2 salários mínimos. Com um nível de escolaridade de ensino técnico e/ou superior completos.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Estamos cientes de que enfrentaremos muitos desafios, empreender não é algo fácil a se fazer. É um trabalho exaustivo que requer muita dedicação e dentro do nosso projeto, contamos com o planejamento estratégico em nossa parte administrativa.

O planejamento estratégico acaba se tornando o mapa de nosso empreendimento. Tendo um olhar estratégico acaba nos ajudando a crescer de forma mais estruturada e pelo caminho certo.

Estar atento ao ciclo da nossa empresa é muito importante. Assim, conseguiremos definir de quanto em quanto tempo, vai ser preciso rever nosso planejamento. À princípio, nós que somos responsáveis pela empresa, nos reuniremos para fazer nosso planejamento acontecer, para depois com o engajamento de todos nossos colaboradores possamos dar andamento. Sempre é importante refletir sobre o futuro da empresa. Debater sobre todas as ideias e planos para o futuro da empresa, já é uma demonstração de organização.

Desde o começo do nosso projeto, com toda a busca de conhecimento, todas as pesquisas de mercado que conseguimos fazer. Vimos que era importante não deixar entrar dentro do nosso ambiente de trabalho, tudo que soava negativamente. Ter este engajamento com todos de que tudo é possível, que mesmo que passemos por adversidades podemos sim mudar o cenário.

Os objetivos devem ser algo que realmente importa para nós e manter a disciplina de olhar sempre para o futuro da empresa

O planejamento sendo bem feito vai guiar nossos passos e ditar o futuro do nosso empreendimento, e a melhor forma de conseguir atingir os resultados é de forma simples, objetiva e direta. Lembrando sempre que o nosso plano estratégico de longo prazo molda o nosso plano operacional diário, e não vice-versa.

Definir claramente a missão do nosso negócio, do nosso propósito como uma empresa que busca a inovação no mercado, tentando elevar sempre a qualidade dos produtos oferecidos, o melhoramento constante do atendimento, oferecer um local agradável aos clientes, Mantendo nossa visão de futuro, buscando atingir nossos objetivos sem perder a essência que sempre desejamos para a empresa. Tendo o planejamento do nosso lado, nos ajuda a manter os pés no chão, ver o que precisa ser feito, tanto a médio ou a longo prazo. Ele não é a garantia do nosso sucesso, mas é uma

ferramenta de gestão que, sendo utilizada aumenta gradativamente as chances de identificarmos os fatores críticos e negativos que acaso venha a acontecer.

“A parte mais útil de um quebra-cabeça é a imagem na caixa”.

Não podemos construir em direção ao nosso futuro, se não sabemos com o que queremos que ele se pareça.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

O mercado está sofrendo mudanças constantes, que pressionam cada vez mais os empreendedores a elaborar estratégias para se manter competitivos. Diante das grandes mudanças econômicas que estamos vivenciando, a função do administrador como gestor estratégico na tomada de decisões na empresa é uma tarefa crucial para determinar o futuro de sua organização.

Decidir qual vai ser o direcionamento é muito importante para atingir qualquer objetivo, é preciso saber o que quer ser alcançado. Sem esse planejamento a organização pode acabar num lugar que não seja estratégico.

O planejamento empresarial envolve sonhar o futuro e tirar do papel todas as ideias no presente. Ressaltando a atenção dada da gerência a importância que a estratégia tem na administração estratégica. As estratégias não surgem por si mesmas. A estratégia envolve pessoas, principalmente os gerentes que a implementam.

Não são apenas as grandes empresas que se beneficiam de um bom planejamento: micro e pequenos negócios também podem abrir vantagem contra seus concorrentes quando planejam e executam bem suas ações. Fazer um bom planejamento exige passos simples e que podem ser feitos por qualquer empresa, independentemente do seu tamanho.

A direção da organização define o início do planejamento estratégico, define o rumo do negócio. No entanto, frequentemente, os responsáveis por objetivos do negócio

não estão na execução, o que exige a criação de estratégias para mobilizar os esforços dos colaboradores para os fins esperados.

A visualização do planejamento como uma pirâmide reflete a metodologia de implantação do planejamento.



Figura 1 - Planejamento em forma de pirâmide.

Estratégico (Alta administração)

- Visão da empresa
- Forte orientação externa
- Foco no longo prazo
- Objetivos gerais
- Planos genéricos

Tático (Gerentes)

- Visão por unidades de negócios ou departamentos
- Foco no médio prazo
- Definições das principais ações por departamento

Operacional (Supervisores)

- Visão por tarefas rotineiras
- Foco no curto prazo
- Definições de objetivos e resultados bem específicos

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, Visão e Valores é um recurso poderoso para que empreendedores consigam planejar negócios diferenciados. A definição do trio é o ponto de partida do planejamento dos novos negócios dos empreendedores de primeira viagem e deve ser constantemente validado ao longo da existência da empresa. Empreendedores só são visionários quando conseguem manter intactos a missão, a visão e os valores definidos no início da empresa.

Missão: É o propósito de uma empresa existir. É sua razão de ser. Se sua empresa não souber para que ela existe, não conseguirá definir uma estratégia de crescimento. Uma boa definição de missão também deve ser inspiradora e desafiadora, para que haja o engajamento de seus colaboradores e parceiros, comprometidos em levar um benefício cada vez melhor ao seu público. Muitos especialistas defendem que a declaração da missão deve ser curta para que seja lembrada, vivenciada e transmitida por todos os envolvidos com o negócio. Deve ser uma crença que orienta a existência da organização.

Visão: Visão de futuro para o seu negócio. Em período definido de tempo, definir como e onde a empresa deseja chegar. É de fundamental importância que a empresa tenha indicadores e metas, para saber se está alcançando seus objetivos.

Valores: são os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes nos colaboradores e nas relações da empresa com seus clientes, fornecedores e parceiros.

Nem todas as empresas que definem missão e visão chegam a elaborar uma lista de valores que orienta o comportamento da organização. Outras já usam sua lista de valores nos processos seletivos, nos processos de avaliação de desempenho dos colaboradores e na relação da empresa com clientes, fornecedores e parceiros. Se, por um lado, esse trio é vital para o planejamento do negócio, por outro, é um compromisso que exige disciplina do empreendedor e de seu time.

Ferramentas e perguntas dentro de Missão, Visão e Valores que podem auxiliar o empreendedor no seu propósito.

- Qual é o seu negócio?
- Análise das empresas que você admira.
- Objetivos sem metas são só boas intenções.
- Evite os erros mais comuns.

·Sempre haverá um jeito mais simples e mais inspirador de mostrar uma mensagem.

E quanto aos objetivos, eles determinam o rumo a ser seguido pela organização. Identificam o que a organização deseja realizar.

Grandes empresas, dito isso não apenas no sentido de tamanho, têm grandes propósitos. Independente do segmento, existem empresas que inspiram.

E, trazemos aqui uma empresa como exemplo no nosso Projeto Integrado.

3.2.2.1 A HISTÓRIA DO EMPREENDEDOR HOWARD SCHULTZ SE MISTURA COM A HISTÓRIA DA STARBUCKS

A primeira loja Starbucks foi aberta em 1971 por três sócios, que usaram como inspiração Alfred Peet, fundador da Peet's Coffee & Tea, para abrir a primeira loja na Pike Place Market e vender grãos de café de alta qualidade e equipamentos. Durante o primeiro ano de funcionamento compravam grãos verdes da Peet's Coffee & Tea, porém mais tarde compraram diretamente dos plantadores. O nome da empresa veio do personagem Starbuck do livro Moby Dick. E seu logotipo é um entalhe escandinavo do século XVI de uma sereia com duas caudas. Howard Schultz, nasceu no Brooklyn, em Nova York, 1953, mais tarde se formou na Universidade do Norte de Michigan com um diploma de bacharel em comunicação. Após graduar-se como bacharel em comunicação cinco anos mais tarde, Howard Schultz encontrou um trabalho como vendedor para Hammarplast, uma companhia que vendia cafeteiras. No início dos anos 80, Schultz percebeu que estava vendendo mais cafeteiras para uma pequena operação em Seattle conhecida então como o Starbucks Coffee Tea and Spice Company. E isso chamou a atenção de Howard, que resolveu ir até Seattle, conhecer de perto a Starbucks. Howard, conta que ainda se lembra claramente da primeira vez que entrou no Starbucks, em 1981. Naquela época, o Starbucks só tinha 10 anos de idade e não existia fora de Seattle. Os proprietários da empresa fundaram o Starbucks em 1971.

Diz que, quando entrou pela primeira vez nesta loja, ele sabia que estava em casa. Não podia explicar, mas ele sabia que estava em um lugar especial e o tipo de produto falou com ele. E acrescenta: “Eu nunca tinha tomado uma boa xícara de café, antes. Conheceu os fundadores da empresa e realmente ouviu pela primeira vez a história de um ótimo café... Eu disse também: “Deus, isso é algo que eu estive procurando por toda a minha vida profissional”. Mal sabia Howard então que conhecer a empresa naquele momento traria no futuro.

Um ano depois de se reunir com os fundadores do Starbucks, em 1982, Howard Schultz foi contratado como diretor de operações de varejo e marketing para a empresa de café que só crescia e que, na época, vendia somente os grãos de café.

Após uma viagem a Milão, ficou impressionado pelo número de cafeteiras que encontrou e uma ideia então ocorreu a ele: Starbucks deveria vender não apenas grãos de café, mas bebidas de café. Howard lembra: “Eu vi algo, não só o romance do café, mas... um sentido de comunidade e a conexão que as pessoas tinham com o café – o lugar e um ao outro”. Os donos rejeitaram a ideia, acreditando que isso mudaria drasticamente o foco da empresa, pois para eles café é algo que deveria ser feito em casa.

Certo de que havia muito dinheiro para ser feito vendendo bebidas para norte-americanos, Howard fundou o Il Giornale em 1985. Para abrir seu próprio café, Howard precisava de recursos. Na época ele tentou arrumar dinheiro com diversas pessoas. Segundo ele, ele falou com 242 pessoas e 217 disseram não. E ele lembra o quanto foi desanimador ouvir tantas pessoas, que não valia a pena investir na sua ideia. Mesmo com todos os imprevistos, a Il Giornale teve grande sucesso.

Em 1987, Howard comprou o Starbucks, fundindo as duas empresas. Que trocou as marcas do Il Giornale pelas da Starbucks Coffee e rapidamente entrou em expansão



Figura 2: "Nosso negócio não é encher barriga, mas sim preencher almas".

E com esse conceito de "Nosso negócio não é encher barriga, mas sim preencher almas", as empresas foram fundidas.

O “terceiro lugar” é um conceito criado por Howard, mentor da estratégia da Starbucks, e que transformou a maneira de tomar café e trabalhar em todo o planeta. Atualmente, são mais de 27 mil lojas espalhadas pelas Américas, Ásia, Europa, Oceania e África.

3.2.2.2 AMBIENTE ACOLHEDOR E GRÃOS DE CAFÉ

Foco no cliente, esse é um diferencial!

O cliente escolhe como gostaria de tomar seu café, os atendentes são sempre muito gentis e os chamam pelo nome. Sem contar o ambiente, o objetivo da empresa é ser o "terceiro lugar mais importante na vida das pessoas, ficando atrás apenas de suas casas e ambiente de trabalho".

O segredo para tanto sucesso nos atendimentos é a cultura organizacional, o maior investimento da empresa é em seus Partners, como são chamados todos os funcionários. Howard sabe que sem eles não existe Starbucks, e faz questão de valorizá-los.

E com essa visão ele conseguiu transformar um produto de commodities em uma jóia gastronômica que é objeto de desejo da nossa geração.

Howard mostra que o papel do empreendedor é, muitas vezes, transformar a realidade e ir principalmente na direção contrária aos pessimistas, que não acreditam em suas ideias.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A Cafeteria, além de tentar oferecer um serviço esplêndido, tem como uma de suas idéias, representar um estabelecimento que tenha seus princípios e objetivos, e

acima de tudo, com o máximo de respeito, praticar e provar que faz o uso destes o tempo todo, para que notem seu valor como uma organização bem categórica.

MISSÃO: A Cafeteria, se encarrega de poder dar um gostinho especial e cada vez mais inovador na vida das pessoas que ali transitam. Em meio a tanta correria e dificuldade, o estabelecimento tenta provar através de muito trabalho e dedicação, que os funcionários e a estrutura internamente é um lugar bastante confortável, acolhedor e muito disposto a agradar os apreciadores. O estabelecimento adotou e procura seguir o seguinte lema: “Servir e apresentar o conhecimento sobre as diversidades de cafés especiais, além de acompanhamentos, como também, desfrutar tudo isso em um ambiente aconchegante seguido de um tratamento igualitário para todos”.

VISÃO: Respeitando rigorosamente os princípios que são estabelecidos por seus desenvolvedores, a organização procura cumprir à risca suas finalidades para alcançar sucessivamente seu sucesso, usando suas “ferramentas estratégicas” (orientação de longo prazo que o estabelecimento deve seguir e ações necessárias para chegar em seus objetivos), para que alcance com êxito a estabilidade financeira, lhe dando suporte para expandir em outras cidades e conquistando cada vez mais clientes e investidores.

VALORES: A Cafeteria, preza muito por estar em dia com seus impostos e fornecedores, além de manter uma boa convivência com seus próprios funcionários e clientes. Isso, é decorrente de boas escolhas e gestos. A empresa procura sempre ser clara, rigorosa e responsável ao escolher seus funcionários, para que possam proporcionar um atendimento de altíssima qualidade aos apreciadores. Respeito e igualdade para todos acima de tudo, tratar bem os superiores e ser paciente com os novos colaboradores e clientes.

O primeiro pensamento que uma empresa deve estabelecer, está ligado ao conhecimento e a necessária importância de obter três pilares para sua valorização, como: Missão, valores e visão. As grandes empresas estão cientes disso, elas também sabem que esses três pilares não confundidos e bem definidos, são essenciais para o seu crescimento e boa ligação com todos. As empresas que buscam ser guiadas e que dão

importância para esse processo, não se perdem facilmente, logo, terão um “NORTE” para seguir.



Figura 3. Os três pilares: Missão, visão e valores.

4. CONCLUSÃO

Neste PI o desafio foi grande, visto que foi mudada a dinâmica em relação aos outros Projetos anteriores. Isso em si já fez com que nós, estudantes, buscássemos nós mesmos e colocássemos em prática o que viemos estudando nas disciplinas supracitadas, o desafio foi encontrar também em nós o nosso EU empreendedor, levando-o para as mais distintas áreas seja, dos estudos, da pesquisa, do comprometimento, visto que todas elas são um empreendimento que exige disciplina, empenho e uma mentalidade empreendedora que é capaz das tomadas de decisão necessária para a realização do que foi proposto.

Ao abordarmos o projeto do Café Bom Sabor, nos debruçamos sobre os conhecimentos adquiridos o que nos trouxe, como equipe, um crescimento ainda maior, nos organizamos e re-organizamos em torno da proposta tendo como desafio o tempo para a perfeita execução, tudo dentro do prazo e levando paralelamente os estudos de cada um. É sempre bom o momento de conclusão de um Projeto Integrado, saímos mais ricos com o conhecimento partilhado e adquirido. Hoje, sabemos mais “na prática” como funciona a mente de um empreendedor, mais sobre as estratégias administrativas e assim, está sendo construída, cada vez mais e de forma mais e mais profunda em nós a mentalidade que nos é passada na escola de negócios para que, em nossa vida profissional, possamos de fato fazer a diferença na construção de algo novo.

A Cafeteria Bom Sabor foi um laboratório, onde nos debruçamos sobre a sua Visão, Missão e Valores entendendo que para realizar sonhos, é necessário também planejamento estratégico, pesquisas sérias em relação a como será administrado o bem futuro para que de fato ele faça a diferença e assim, gere lucros. Tivemos que mergulhar no pensamento empreendedor para entender de fato o que realmente faz a diferença. Estudar o perfil da empresa e assim, compreender mais que a mescla de uma boa administração com uma mente/ideia “fora da caixa” pode transformar sim o seu entorno e ainda gerar bens e riquezas.

REFERÊNCIAS

5 passos para um sólido planejamento estratégico.
<<https://jornaldoempreendedor.com.br/empreendedorismo/5-passos-para-um-solido-planejamento-estrategico/>>. Acesso em: 01 jun. 2021.

A história do empreendedor Howard Schultz, o CEO do Starbucks.
<<https://cursos.aldeia.cc/blog/historia-do-empreendedor-howard-schultz-ceo-do-starbucks/>>. Acesso em: 04 jun. 2021

O Que Podemos Aprender Com O Case Da Starbucks <
www.beoncomunicacao.com.br/post/o-que-podemos-aprender-com-o-case-da-starbucks
>. Acesso em: 04 jun. 2021

Planejamento Estratégico para Scale-Ups.
<<https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/planejamento-estrategico-o-que-voce-precisa-saber-antes-de-comecar/>>. Acesso em: 07 jun. 2021

Passo a Passo Empreendedor
<https://www.youtube.com/channel/UCzmdgodTQWroc9bL9y_IJA/community>.
Acesso em: 04 jun. 2021

Top five do 3º lugar: STARBUCKS
<<https://outoo.com.br/2019/10/17/1-5-top-five-do-3o-lugar-starbucks/>>. Acesso em: 04 jun. 2021

<<https://optidados.com.br/blog/gestao-e-estrategia/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 07 jun. 2021

<www.sebrae.com.br> Sebrae › Anexos › ME_Missao-Visao-Valores>. Acesso em: 02 jun. 2021.

ANEXOS

Figura 1: Planejamento em forma de pirâmide



Figura 2: "Nosso negócio não é encher barriga, mas sim preencher almas"



Figura 3: Os três pilares: Missão, visão e valores.

