



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

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
<VALKÍRIAS ARTE EM PEDRAS>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<NOME DO CURSO>

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<VALKÍRAS ARTE EM PEDRAS>

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

Carolina Duzi G. Michelin , RA 1012020200010

Maria Helena Breno R Santos, RA 1012020100250

Alberto C P Silva RA 1012019200034

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	8
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	13
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	15
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	16
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	17
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	19
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	20
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>23</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>24</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste Projeto Integrado é discorrer sobre um “Brainstorming Empresarial”. Iremos abordar ideias sobre um novo negócio, seu setor de atuação, possíveis concorrentes, público alvo e seus produtos oferecidos.

Também será abordado sobre o perfil do empreendedor e sua jornada de gestão empreendedora, os riscos e desafios para o início do novo empreendimento, assim como sua administração estratégica.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A proposta para o novo empreendimento é de uma loja online: Valkírias Arte em Pedras. Essa ideia de negócio surge a partir de uma mulher, com idade de 38 anos e que acaba de perder o emprego. Visando o novo cenário vivido pela pandemia de COVID-19, ela enxerga uma oportunidade de investir o dinheiro de sua indenização e rescisão contratual de trabalho em um negócio próprio, trabalhando com suas habilidades e sua paixão, que seria o ramo de acessórios, juntamente com a Terapia Holística.

Valkírias Arte em Pedras, surge como uma alternativa para mulheres que buscam acessórios, pois, são acessórios (colares, brincos, anéis, pulseiras e japamalas) com proposta terapêutica, levando os benefícios da cristaloterapia e da cromoterapia na beleza dos acessórios.

Com as novas rotinas adotadas pela pandemia, o aumento das vendas online fez com que a opção do negócio fosse pela loja online; também pela possibilidade de se trabalhar com o alcance do negócio, expandindo as vendas e com isso, ganhando escala de vendas. A viabilidade econômica (baixo investimento) e praticidade, foram fatores para a escolha do e-commerce.

Essa ideia surgiu como diferencial no setor de acessórios femininos e artigos holísticos, levando em consideração o atual momento da pandemia e com isso, o aumento de pessoas que estão buscando terapias alternativas como a prática da meditação e o tratamento com Terapias Holísticas; além de atuar no mercado de consumo feminino, um dos maiores mercados consumidores.

Os acessórios terapêuticos têm como propósito levar os benefícios da cristaloterapia, que é uma modalidade que trabalha com a frequência energética das pedras e cristais e sua geometria, associada aos centros de força do corpo humano, denominados **Chakras**, com a finalidade de promover o equilíbrio de forma física, mental, emocional e energética; e, os benefícios da cromoterapia, que é um tipo de tratamento complementar que utiliza ondas emitidas pelas cores como o amarelo,

vermelho, azul, verde ou laranja, atuando em células do corpo e melhorando o equilíbrio entre o corpo e a mente, sendo que cada cor apresenta uma função terapêutica diferente.

O público alvo para o negócio (os clientes-persona), são mulheres na faixa etária dos 35 aos 65 anos, que buscam não apenas beleza como também os benefícios que os cristais podem proporcionar, ou seja, que tenham conhecimento sobre a proposta das Terapias Holísticas e se, não tiverem tal conhecimento, a intenção é de difundir esses conhecimentos, agregando valor às peças adquiridas..

Analisando esse mercado, não encontramos muitos concorrentes, o que tornou a escolha promissora.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

Nessa parte do Projeto Integrado, iremos abordar com maiores detalhes as informações sobre a proposta do novo empreendimento que está sendo pensado.

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.

O empreendedor é alguém que estimula o crescimento do mercado econômico, ao introduzir novos produtos e serviços, altera o formato tradicional das empresas já atuantes no mercado com suas idéias novas e sonda novos materiais e recursos que possam ser utilizados.

Para que um novo empreendimento consiga obter sucesso no mercado, são necessárias qualidades como perseverança, vontade de trabalhar e liderança. O empreendedor reúne e organiza recursos disponíveis com a finalidade de fazer sua visão de empreendimento se tornar realidade.

O empreendedorismo tem um papel fundamental na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Inicialmente estes novos empreendimentos são modestos e de efeitos reduzidos no mercado, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor.

As oportunidades empreendedoras são “situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção” (Shane, 2000). Por exemplo, uma oportunidade empreendedora nasce da introdução de um produto tecnológico existente

utilizado em um mercado para criar um novo mercado em outro local, como consumidores que, originalmente, não comprariam determinado produto mas que, seguindo novas tendências, podem se tornar potenciais compradores. Uma oportunidade empreendedora também poderia ser a criação de um novo produto tecnológico para um mercado existente ou a criação ao mesmo tempo de um novo produto/serviço e um novo mercado. O fator importante a ser considerado aqui é que as oportunidades empreendedoras representam algo novo. Lembrando, no entanto, de que tais possibilidades exigem que alguém (um empreendedor) perceba o potencial destas situações enquanto oportunidades possíveis.

Assim, o empreendedorismo é ação, uma ação que transforma o ambiente em que está inserida por meio da criação de novos produtos/processos e/ou da entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de um novo empreendimento ou dentro de uma organização estabelecida que vislumbra oportunidades para crescimento ou diversificação na sua atividade econômica.

O empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade. Como as oportunidades existem em (ou criam e/ou geram) um estado de forte incerteza, os empreendedores precisam utilizar seu discernimento para decidir se devem ou não agir. Mas a dúvida também pode minar a ação empreendedora. Assim, o segredo para entender a ação empreendedora é ser capaz de avaliar o nível de incerteza percebido em torno de uma oportunidade em potencial e a disposição do indivíduo de enfrentar essa incerteza. A pesquisa diligente e criteriosa do mercado, concorrentes, demanda e diversos outros fatores, pode reduzir o nível de incerteza e sua motivação indica a disposição de enfrentá-la.



### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

O empreendedorismo começa no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor. A oportunidade empreendedora é aquela em que novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que o custo de produção. Em suma, o empreendedorismo exige uma ação empreendedora por meio da criação de novos produtos ou serviços.

Um empreendedor normalmente é aquele que ama o que faz, possui iniciativa e utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, contribuindo para a transformação social e econômica do meio onde está inserido. O processo empreendedor tem início quando as aptidões pessoais do empreendedor se aliam a fatores externos ambientais e sociais.

O empreendedor possui um papel importante no desenvolvimento da economia de um país, é ele quem produz novas ideias por meio de sua imaginação e criatividade, motivado pelo desejo de se realizar, de assumir responsabilidades e de conquistar sua independência. Segundo Dolabela (20120), o empreendedor é aquele que cria e inicia algo novo, que sai na frente dos outros, que enxerga oportunidades onde ninguém vê; é determinado e não tem medo de correr riscos.

Ser empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada, envolve o pensamento empreendedor e para isso, há a necessidade de se enquadrar em um perfil, o perfil empreendedor.

O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto.

Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades. É muito importante que você promova uma autoavaliação para medir suas chances de sucesso no mundo empresarial. O que torna uma pessoa apta a ser um empreendedor de sucesso são suas características pessoais.

Baseado em estudo de Jeffrey A. Timmons, professor americano de empreendedorismo, conhecido como pioneiro em pesquisa e educação sobre empreendedorismo, as características para um perfil empreendedor seriam:

- **Ter total comprometimento, determinação e perseverança** - A dura realidade de lançar-se e de construir um empreendimento é altamente exigente e estressante. O empreendedor deve estar preparado para “abrir mão” de muitas coisas. Para isso, ganhará muitas vantagens a seu favor, em relação às outras pessoas, se for totalmente comprometido, determinado e perseverante. Esses aspectos podem, eventualmente, compensar algumas desvantagens que possam vir a ter.
- **Ser guiado pela autorrealização e pelo crescimento** - Os empreendedores são os próprios iniciadores. São dirigidos internamente pelo forte desejo de competir, de exceder contra os próprios limites e definem e perseguem metas desafiadoras.
- **Ter senso de oportunidade e orientação por metas** - Os empreendedores são orientados e dirigidos por metas e pelas atividades decorrentes delas. Estabelecem metas altas, porém, atingíveis. Isso os habilita a focalizar suas energias e a serem seletivos na escolha de oportunidades. Ter metas e direção também os ajuda a definir as prioridades e a possibilidade de medir e de comparar o próprio desempenho.
- **Tomar iniciativa por responsabilidades pessoais** - Os empreendedores desejam colocar-se em situações nas quais são pessoalmente responsáveis pelo sucesso ou pelo fracasso de operações. Gostam de tomar iniciativa na resolução de problemas.

- **Persistir na resolução de problemas** - Os empreendedores bem-sucedidos na construção de seus empreendimentos possuem um elevado grau de determinação e um intenso desejo de superar obstáculos e barreiras, de resolver problemas e de completar o trabalho. Não são intimidados pela dificuldade da situação. Também não se precipitam na superação dos empecilhos que possam impedir seu negócio. Várias pesquisas reforçam esse ponto de vista, demonstrando que os empreendedores são persistentes, mas também realistas, em reconhecer o que podem e o que não podem fazer e onde podem conseguir ajuda para resolver uma tarefa difícil, mas necessária.
- **Ter autoconhecimento e senso de humor** - Os empreendedores, em geral, apresentam uma grande consciência de suas forças e de suas fraquezas, e da própria competitividade. Eles são friamente realistas sobre o que podem e o que não podem fazer. Não se iludem a si mesmos. Demonstram a habilidade de conservar o senso de perspectiva, o otimismo e o humor até mesmo nas situações mais difíceis. Isso faz o empreendedor rir e conseguir uma situação favorável nas mais diversas situações.
- **Buscar e obter feedback** - Os empreendedores mostram um insaciável desejo de saber se estão tendo um bom desempenho. Eles sabem que precisam obter feedback continuamente. Buscar e usar feedback é um hábito essencial para poder aprender com os erros e lidar com o inesperado. Por essa razão também, os bons empreendedores são frequentemente descritos como excelentes ouvintes e pessoas de rápida aprendizagem.
- **Atribuir a si próprio o seu desempenho** - Os empreendedores acreditam em si mesmos. Pensam que o sucesso ou o fracasso de seu empreendimento não será governado pelos fatos, pela sorte ou por alguma influência externa. Acreditam que os resultados de suas realizações dependem de seu próprio controle e influência. Esse atributo está relacionado à motivação orientada para a realização pessoal, para o desejo de tomar responsabilidades pessoais e à confiança própria.
- **Demonstrar tolerância ao stress, à ambiguidade e à incerteza** - A incerteza é um componente inerente a todo empreendimento. Nesse ambiente, os empreendedores se defrontam com atividades indefinidas e incertas que mudam

continuamente e o tempo nunca parece ser o suficiente. Os empreendedores vislumbram as adversidades com naturalidade, como apenas um obstáculo a mais a ser transposto.

- **Procurar correr riscos moderados** - Os empreendedores bem-sucedidos não são apostadores, pois está em jogo a reputação deles. Consequentemente, quando decidem tomar uma decisão, agem de uma maneira calculada, muito bem pensada e avaliada, fazendo todo o possível para adquirir vantagens a seu favor, evitando riscos desnecessários.
- **Ter pouca necessidade de status e de poder** - Os empreendedores são guiados pela sede de realização e de criação, em vez da sede de status e de poder. Ironicamente suas realizações, quando bem-sucedidas, trazem esse status e o poder. Mas é importante reconhecer que status e poder são os resultados de suas atividades e não as necessidades que os impulsionam e que os motivam.
- **Ser íntegro e confiável** - A integridade e a confiabilidade são a “cola” e a “fibra” que unem o sucesso pessoal e as relações de trabalho, fazendo-as perdurar. Tristemente, a tentação por pequenos ganhos, frequentemente, seduz alguns aspirantes a empreendedor a comprometerem a integridade deles, fazendo-os, muitas vezes, perder uma grande oportunidade mais adiante.
- **Ser decidido, urgente e paciente** - Um dos paradoxos com os quais os empreendedores se defrontam é a necessidade simultânea de obter soluções imediatas e de alcançar resultados de longo prazo. É necessário, portanto, ter paciência para gerenciar essas ações. O empreendedor é, ao mesmo tempo, um realizador e um visionário.
- **Lidar bem com o fracasso** - Outra característica importante observada nos empreendedores bem-sucedidos é a habilidade de utilizar suas experiências de fracasso como um modo de aprendizagem, de maneira a evitar problemas similares. Os empreendedores bem-sucedidos são realistas o suficiente para superarem algumas dificuldades. Em consequência disso, não se desapontam, não se desencorajam ou se deprimem quando se deparam com um obstáculo ou um fracasso. Geralmente, vislumbram as adversidades e as dificuldades como uma oportunidade.

- **Ser formador de equipes** - Os empreendedores que criam e que constroem um empreendimento não são lobos solitários. Eles não precisam concentrar os esforços de todas as realizações em si mesmos. Reconhecem que, raramente, é possível construir um empreendimento substancial trabalhando sozinho. Portanto, constroem equipes de trabalho. Demonstram uma rara habilidade de despertar o herói que existe dentro das pessoas que eles atraem para o empreendimento, dando responsabilidade e dividindo os méritos pelas realizações.

Além destas características, Jeffrey A. Timmons também afirma que a qualidade do que você faz começa em você mesmo. Sendo assim, antes de qualquer decisão sobre em que empreender é essencial responder, com total sinceridade a algumas questões importantes, como as que se seguem:

- O capital que possuo é suficiente para abrir o negócio e ainda permite que eu me mantenha até que a empresa comece a render seus frutos?
- Tenho estabilidade emocional para correr todos os riscos inerentes ao mundo dos negócios?
- Estou disposto a trabalhar mais de oito horas por dia e em todos os dias da semana, se necessário?
- Tenho lidado com paciência e determinação a todos os obstáculos que a vida oferece?
- Conheço bem todas as minhas limitações e do negócio que pretendo abrir?
- Reconheço as oportunidades que meu negócio apresenta?

São inúmeras as perguntas que podem ser feitas para ajudar a avaliar o perfil empreendedor. Porém, embora algumas respostas possam ser de forma negativa, o importante é não desanimar pois, o mais importante é avaliar quais são os pontos a serem melhorados.

Os empreendedores querem sempre melhorar, pois ao se aprimorarem vão ampliando habilidades menos desenvolvidas.

Existem algumas características divididas em três conjuntos, que são utilizados como base pelo SEBRAE:

- Conjunto de realização: busca de oportunidades; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; persistência e comprometimento.
- Conjunto de planejamento: busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento.
- Conjunto de poder: persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança. A preocupação em identificar as características e o perfil dos empreendedores de sucesso é para que possamos aprender e agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas. Entretanto, vale dizer que ainda não se pode afirmar que uma pessoa dotada de tais características irá necessariamente alcançar o sucesso como empreendedor. O que se pode dizer é que as pessoas que apresentam essas características e aptidões, mais comumente encontradas nos empreendedores, terão mais chances de serem bem-sucedidas.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Todos os empreendimentos exigem capital. O capital, por sua vez, é o recurso mais necessário a um empreendimento. Sem ele, nenhum negócio pode ser iniciado ou se sustentar. Na economia, o capital é definido como qualquer bem econômico utilizado na produção de outros bens e serviços, ao lado da terra e do trabalho. Para ser capital, segundo a Endeavor Brasil (2015a), os bens devem:

- ser utilizados na produção de outros bens;
- ser produzidos por humanos;
- não se esgotar imediatamente ao processo de produção, como ocorre com matérias-primas e bens intermediários (materiais utilizados na produção de produtos finais, ou seja, dos produtos que chegam ao consumidor).

Embora o capital seja necessário no decorrer do tempo de vida da empresa, o novo empreendedor enfrenta muitas dificuldades para a aquisição de capital no estágio inicial. Porém, antes de procurar financiamento externo, o empreendedor deve explorar todos os métodos de financiamento interno usando lucros, vendendo os ativos não utilizados, reduzindo o capital de giro, obtendo crédito junto aos fornecedores e cobrando as contas a receber imediatamente. Depois que todas as fontes internas forem esgotadas, o empreendedor talvez considere necessário buscar recursos por meio do financiamento externo, o que é efetivado na forma de dívida ou de capital próprio. Ao considerar o financiamento externo, é preciso levar em conta a duração, o custo e o nível de controle de cada alternativa de acordo financeiro.

O empreendedor deve considerar a possibilidade de dois tipos de financiamento: o financiamento por endividamento e o financiamento por capital próprio. O financiamento por endividamento envolve um instrumento com juros, em geral um empréstimo, cujo pagamento está apenas indiretamente relacionado com as vendas e os lucros do empreendimento. O financiamento por endividamento (também chamado financiamento baseado em ativos) costuma exigir que algum ativo (como automóvel, casa, fábrica, máquina ou terreno) seja usado como garantia. Já o financiamento por capital próprio não exige garantias e oferece ao investidor alguma forma de participação no empreendimento. A decisão por um ou outro tipo de financiamento pode depender da disponibilidade de recursos, dos ativos do empreendimento e das taxas de juros em vigor. Com frequência, o empreendedor satisfaz as necessidades financeiras do negócio empregando uma combinação de financiamento por endividamento e por capital próprio.

O financiamento por capital próprio não exige garantias e oferece ao investidor alguma forma de participação no empreendimento. No caso deste empreendimento, o investimento foi de capital próprio, vindo da indenização e rescisão contratual de trabalho da empreendedora.

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

A proposta para o novo empreendimento é de uma loja online, Valkírias Arte em Pedras. Essa proposta surge como uma alternativa para mulheres que buscam acessórios (semijoias\bijuterias), pois, são acessórios (colares, brincos, anéis, pulseiras e japamalas) com proposta terapêutica, levando os benefícios da cristaloterapia e da cromoterapia na beleza dos acessórios.

Com as novas rotinas adotadas pela pandemia, o aumento das vendas online fez com que a opção do negócio fosse pela loja online; também pela possibilidade de se trabalhar com o alcance do negócio, expandindo as vendas e com isso, ganhando escala de vendas. A viabilidade econômica e praticidade, foram fatores para a escolha do e-commerce.

Mercado de semijoias – quais os principais desafios e perspectivas?

Muitas especulações existem sobre como será o comportamento dos consumidores, e com o mercado de semijoias pós-pandemia, não é diferente.

Por ser um bem não essencial, como comidas e contas básicas de água e luz, o setor de varejo, de maneira geral, sofreu as consequências da redução de renda da população brasileira. No entanto, as expectativas de melhora e recuperação econômica, mesmo que de maneira lenta, possuem reflexos positivos no mercado de semijoias pós pandemia.

Segundo o diretor de conteúdo da revista Vogue Itália, Emanuele Farneti, existem boas perspectivas para o setor de varejo após o fim do isolamento social. Para ele, todas as pequenas compras serão motivo para a celebração e irão promover o bem estar.

Com o mesmo otimismo, o presidente do Sindijoias, sindicato que regulamenta o mercado de jóias no estado de Minas Gerais, por exemplo, também acredita na recuperação econômica gradual e na melhora do setor, assim como já ocorreu no Brasil em outras épocas.



Por isso, como o olhar promissor de especialistas, muitos empreendedores devem começar ainda durante a pandemia, buscar diferentes maneiras de estruturar melhor o seu negócio de semijoias, para que assim, consigam alavancar as vendas com maior facilidade.

As perspectivas são boas a longo prazo e quem mais irá aproveitar esses momentos serão as pessoas que estão se preparando desde já.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

A administração estratégica é um processo contínuo e interativo que adapta a gestão da empresa ao seu meio ambiente, levando em conta a sua proposta de valor, objetivos e área de atuação. Essa abordagem é necessária em tempos de mudanças rápidas, que exigem uma grande capacidade de adaptação das organizações. A administração estratégica permite o caminhar da empresa em um ambiente de mudanças, por meio de decisões e ações administrativas que vão orientando os passos rumo aos resultados almejados, com sentido, com determinação e com aprendizado.

O processo de administração estratégica envolve análise do ambiente, estabelecimento de diretrizes organizacionais, formulação da estratégia, implementação da estratégia e controle estratégico.

Para o novo empreendimento, a estratégia inicial seria de administrar redes sociais, desenvolver um site (para obter uma plataforma de compras online), configurar o Google Meu Negócio para estruturar e divulgar as informações sobre o novo negócio e também, para obter alcance e autoridade sobre a marca.

Dentre as estratégias, destacamos:

- **Criação de redes sociais:** As redes sociais como Instagram, Facebook e até mesmo o Whatsapp são ótimas ferramentas para tornar as joias mais atrativas para os clientes. Afinal, dessa maneira os clientes poderão ver quais são os produtos, aumentando assim a vontade de comprar. Além disso, mantenha um bom cronograma de postagens com publicações todas as semanas. Também publique dicas para os clientes, mostrando assim que não é um canal apenas para vendas, mas também para ajudá-los a combinar joias e roupas, por exemplo.
- **Fortalecer o vínculo com os clientes:** Mesmo estando em Home Office, é necessário fortalecer o vínculo com os clientes. Isso pode ser feito através de descontos, promoções especiais, levar sempre novidades até os clientes com informações terapêuticas dos cristais. Além disso, também entenda quais as características de produtos que cada cliente mais gosta. Inclusive, é possível fazer um banco de dados em uma planilha de excel ou bloco de notas. Com isso, quando chegarem acessórios com o perfil desses clientes, poderá mandar fotos.
- **Estruturar o pós venda:** Mais importante do que a primeira venda, é manter um cliente fidelizado (recorrência, ou seja, fazer com que o cliente compre sempre). Afinal, assim as vendas serão constantes. Por isso, sempre procurar os clientes periodicamente para saber se precisam de dicas para guardar as peças, limpar ou manter o brilho. Dessa maneira, você criará um contato constante e o cliente verá o quanto o atendimento é atencioso mesmo depois da efetivação da primeira compra pelos consumidores.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Estratégia é uma palavra com origem no termo grego strategia, que significa plano, método, manobras ou estratagemas usados para alcançar um objetivo ou resultado específico.

Estratégia empresarial é o nome dado ao conjunto de planos e direcionamentos elencados pela empresa para orientar os caminhos da organização rumo ao objetivo traçado. São ações de direcionamentos planejadas e adotadas pela empresa para ganhar vantagem competitiva frente ao seu cenário de atuação, visa potencializar suas capacidades a fim de atingir objetivos organizacionais estabelecidos.

É a definição de que ações devem ser tomadas hoje (curto prazo) para acionar planos de ação (médio prazo) – com base no estudo do passado, da situação presente e de perspectivas do que está por vir – para que se alcançar os resultados desejados no futuro (longo prazo)

Segundo Chiavenato (2003, pp. 72-73), “representa a alavancagem de todos os recursos internos, capacidades e competências essenciais de uma organização com a finalidade de cumprir suas metas no ambiente competitivo”.

A estratégia empresarial está dividida em dois tipos: Estratégia Cooperativa e Estratégia Competitiva, e para que sejam realizadas de forma eficaz as oportunidades de mercado precisam ser visualizadas com antecedência, assim como as limitações e ameaças.

Os tipos de estratégia

- **Estratégia** de sobrevivência: Essa estratégia é adotada quando a empresa não tem outra alternativa e se encontra em uma situação inadequada e caótica. ...
- **Estratégia** de manutenção: ...
- **Estratégia** de crescimento: ...
- **Estratégia** de desenvolvimento:

Como elaborar uma estratégia empresarial?

1. Por que a estratégia empresarial é fundamental para o seu negócio? ...
2. Avalie o cenário. ...
3. Trace metas SMART. ...
4. Desenhe um plano de ação realista. ...
5. Implante a **estratégia**. ...

6. Acompanhe os resultados. ...
7. Compartilhe a gestão. ...
8. Estimule uma cultura de inovação

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão de uma empresa define seu propósito, e norteiam suas atitudes no mercado. A palavra “missão” significa aquilo que deve ser feito, um compromisso. O mesmo significado pode ser aplicado para definir a missão de uma empresa. Esse pilar trata do seu propósito, razão de existir.

Bons exemplos de Missão:

- **Walmart** – Nós economizamos o dinheiro das pessoas para que elas possam viver melhor!
- **Harley Davidson** – Nós realizamos sonhos através da experiência de motociclismo.
- **Mary Kay** – Dar oportunidades ilimitadas às mulheres.
- **Microsoft** – Ajudar pessoas e empresas por todo mundo a realizar todo o seu potencial!

Visão pode ser entendida como o destino final em que se quer chegar. É a revelação do que se espera para a empresa. Podemos dizer que é um sonho com data para acontecer.

Os valores são tudo o que é inegociável na sua empresa, aquilo que pode ou não pode fazer ali dentro. Ou seja, são as regras de conduta a serem seguidas pela organização no cumprimento de sua missão, devendo ser explícitos, éticos e compartilhados por todos os seus membros.

A ferramenta Missão, Visão e Valores:

Serve para definir a direção estratégica da empresa: da integração das operações à estratégia da companhia e da motivação da equipe. É útil porque permite que o empreendedor reflita sobre o papel do seu negócio na sociedade e sobre o futuro da empresa.

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

Para essa proposta de empreendimento, a Missão, Visão e Valores seriam:

- Missão: levar a energia dos cristais e suas propriedades terapêuticas em forma de acessórios e beleza aos nossos clientes.
- Visão: difundir os conceitos da Terapia Holística e estar entre as maiores referências em acessórios terapêuticos.
- Valores:
  - acreditamos que cada ser é único e deve ser respeitado em sua essência;
  - somos todos parte de um TODO, sendo assim, acreditamos que todos somos arquitetos do universo sendo responsáveis pelo bem maior;
  - não criticar e não julgar as pessoas, todos passamos por experiências e momentos diferentes;
  - buscamos todos os dias o processo de melhoria contínua como seres humanos.

## 4. CONCLUSÃO

Tanto no Brasil quanto no mercado mundial, a digitalização vem avançando em muitos setores; as pequenas e médias empresas, apesar do cenário de pandemia e recessão econômica, tiveram um ano de investimento para crescimento das vendas por canais digitais. A tendência é que os empresários sigam apostando na internet e no crescimento de sua marca através das redes sociais.

A “Pesquisa sobre as Perspectivas do Empreendedor Brasileiro para 2021” aponta que dos 140 empreendedores ouvidos, 60% vendem pela Internet. Entre os canais favoritos deles estão: Whatsapp (40%), redes sociais (27,7%), plataformas de terceiros (12,3%) e E-commerce (7,7%). Mesmo com a atual conjuntura econômica, 72% registraram mais vendas pela Web, sendo que 27% aumentaram as suas receitas em 10%, 21,6% em 20% e 21,6% em 50%.

Em 2020, muitos empresários mantiveram seu volume de investimentos (em torno de 44 por cento) e alguns até aumentaram (17,5 por cento). Mas a pandemia e a carga tributária elevada no país foram apontados como principais vilões para o crescimento econômico do país.

Olhando para o segmento de semi jóias, o mercado tem boas perspectivas de crescimento não considerando os impactos da pandemia e recessão econômica decorrente. O público feminino sempre foi grande consumidor do produto e, nos últimos anos, os homens estão se tornando grandes consumidores não apenas para presentear mas para seu próprio uso; ou seja, o mercado no Brasil está se ampliando.

Para o microempreendedor que realiza diversas tarefas em seu negócio, a tecnologia se torna parceira indispensável. Conforme citado acima, a internet e redes sociais já são componentes essenciais da expansão de qualquer negócio; porém empregar a tecnologia para garantir a qualidade de seus produtos, realizar tarefas de forma mais eficiente, diminuindo custos, torna-se vital para enfrentar a concorrência. Afinal, a mesma tecnologia que permite tantos ganhos em performance, por este motivo está reduzindo os empregos em outras áreas e todo este contingente de indivíduos

afetados deverão se reinventar em novas atividades. Assim, o cenário para o futuro é de crescimento, mas também de intensa competição e mudança.

Resumindo, diversas questões devem ser consideradas para o crescimento mas podemos apontar como obstáculos do crescimento os pontos abaixo:

- O interesse no mercado aumentou e isto impacta diretamente na concorrência, pois com uma maior demanda a perspectiva é que a oferta venha a aumentar também.
- Muitos fornecedores apareceram, porém, nem todos eles estão dispostos a manter os padrões elevados de qualidade, fator que vai impactar o seu produto.
- Muitos empresários apenas se limitam a copiar o trabalho de outros. Um design muito semelhante a outro pode ter diferenças bem grandes no que tange os padrões de qualidade.
- É preciso encontrar um fornecedor com bom tempo de mercado e que seja referência no mercado para não gastar dinheiro e tempo comprando e testando novas mercadorias.

Como pode ser visto, existem vários problemas a enfrentar, mas não são maiores que os benefícios de trabalhar com produtos que estão em ascensão:

- O público conhece melhor os produtos e você não precisa educá-los sobre as características do que está vendendo.
- Seus clientes estão adaptados com os valores e qualidade dos produtos e vão te dar um direcionamento sobre como guiar o seu negócio.
- Você pode encontrar fornecedores com experiência em ajudar revendedoras a alcançar o sucesso e dispostos a te ajudar.
- Surgem novas tecnologias para auxiliar na produção, o que possibilita reduzir os valores e tornar os produtos mais populares.

## REFERÊNCIAS

Pesquisa aponta que 72% dos pequenos negócios aumentaram vendas pela internet durante a pandemia. SINDICONT-SP. 2021. Disponível em; <https://www.sindcontsp.org.br/pesquisa-aponta-que-72-dos-pequenos-negocios-aumentaram-vendas-pela-internet-durante-a-pandemia/> Acesso em 07 de junho de 2021.

BRITO, R. G. Crescimento no mercado de semi jóias. DAMA. Disponível em: <http://blog.damasemijoias.com.br/crescimento-do-mercado-de-semijoias/> Acesso em 10 de junho de 2021.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, A. P. Empreendedorismo. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2013.

DEGEN, R. J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Prentice- -Hall do Brasil, 2009

DORNELAS, J. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, A. D. Empreendedorismo. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

SHANE, S.; VENKATRAMAN, S. “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research,” The Academy of Management Review 25, no. 1 (January 2000), pp. 217–26



## **ANEXOS**

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