



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
ARUTAN COSMÉTICOS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
ARUTAN COSMÉTICOS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Brena Rodrigues Marques ,	RA 1012020100674
Cesar Augusto Macedo,	RA 1012020100414
Damaris Gabriele Donizete Quioquete	RA1012020100464
José Arnaldo Dos Santos Junior,	RA 1012020100793
Sirlei Passoni Canela ,	RA1012020100726

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

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

1. INTRODUÇÃO

Nosso principal objetivo será seguir o plano de negócios na íntegra, pois seu desenvolvimento nos permitiu a viabilidade de abertura de uma empresa, e temos grandes expectativas de retorno no negócio. O plano será avaliado quando necessário e ajustado de acordo com as condições de mercado vigente na tentativa de solucionar eventuais problemas. Estratégias foram planejadas e consideradas para algumas contingências. Além de produtos ambientalmente sustentáveis, também proporcionamos bem-estar aos nossos clientes por meio de produtos e serviços de alta qualidade. Torna-se uma grande empresa de cosméticos reconhecida pelo mercado e pelo público pela dedicação, qualidade dos produtos e potencial criativo. Alcance um público cada vez mais inimaginável com uma atitude coerente, séria e preste atenção à satisfação de nossos clientes.

Estaremos engajados na produção e comercialização de produtos de beleza, especialmente produtos inovadores. Pode ser classificada como uma empresa de cosméticos sazonais, ou seja, muda de acordo com a inovação do mercado, situação que torna necessária a adição de substitutos ao portfólio de produtos ao longo do ano. O ponto chave do negócio será criar um produto inovador chamado BAYPDUPLAS, que é um agente reparador de pontas duplas fabricado por nossa empresa ARUTAN COSMÉTICOS, que pode selar claramente as pontas do cabelo sem cortá-lo. A empresa de cosméticos Arutan tem uma missão, valores e visão claros.

Visão: reconhecimento com a melhor empresa de cosméticos, apreciada pelos seus cabelos, produtos de excelente qualidade, assim como colaboradores e consumidoras.

Valores: representam os princípios básicos em que a Arutan Cosméticos acredita e pratica para cumprir sua missão, todos os dias: ética, excelência e qualidade do produto; respeito e apreço pelos colaboradores e consumidores.

O sucesso de uma nova empresa está diretamente relacionada à qualidade de sua gestão financeira, sendo assim o capital de giro é um elemento fundamental para garantir o bom desempenho de qualquer modelo de negócio. Nossa empresa utilizou como fontes de capital o financiamento de recursos da família e de amigos, onde depois de longos anos de amizade, juntamos nossas ideias e repartimos as quotas para aderir a um novo empreendimento.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Planejar e ter sucesso pode parecer uma tarefa fácil, mas não é. É preciso muito esforço para organizar todos os seus pensamentos e expectativas. O plano geral da empresa é formulado antes da abertura da instituição. No entanto, isso não impede de planejar as atividades, agora e registrar todas as ações.

Razão social: Passoni Marques Macedo Quioquete Santos

CNPJ: 00.190.373/0001-94

Nome fantasia: Arutan Cosméticos

Endereço: Av Brasil, Limeira , SP

CEP 07790-190, Brasil

Telefone: (19) 12345-6789

email: arutancosmeticos@g.com.br

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A loja ARUTAN cosméticos vem para comercializar seus produtos no ramo da cosmética que atendem o público da cidade de Limeira SP, na busca por um lugar atrativo e acolhedor.

Estamos trabalhando para a melhora do poder de compra, mas sobretudo as ações de promoções do produto, melhoria da qualidade de cosméticos diferenciados e de alta qualidade, atualmente o prazer passou a ser um elemento importante para o consumo de cosméticos. Os produtos oferecidos pela loja ARUTAN são diferenciados, não tendo em Limeira uma empresa que seja concorrente direta, podemos contar com uma concorrência em partes como o shopping e outras marcas de loja de cosméticos, onde os ambientes não proporcionam bem-estar e prazer em comprar um produto de beleza.

O gerenciamento será conduzido com um conceito inovador que envolve a diferenciação pela excelência no atendimento, focada em um público específico considerado mais rentável em uma total integração entre os setores, com uma visão holística do negócio onde essa imagem única e essencial para que cada um cumpra o seu papel, conduzindo a empresa a uma gestão competitiva. Cada ocupante de cargo de comando exerce um conjunto de atividades que vão do planejamento ao controle.

A loja ARUTAN contará com uma equipe treinada para o atendimento diferenciado e com presença dos proprietários diretos nas ações, todos a mesma missão, se estabelecer no mercado e buscando desafios promissores, ganhando mercado não só de Limeira, mas de outros estados brasileiros e unindo experiências na área administrativa, vendas, negociação junto a fornecedores.

A equipe da loja ARUTAN tem motivação de buscar e gerar resultados que vinham nos colocar entre as maiores lojas do ramo de cosméticos de Limeira e Brasil.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

ARUTAN cosméticos possuem alma de empreendedor, são otimistas e autoconfiantes, assumem riscos e buscam ser os melhores.

PERFIL:

- . Persistência: pró atividade na tomada de decisão, ser persistente, obstinado e dedicado.
- . Persistente em resolver problemas, disposição ao sacrifício para atingir metas.
- . Imersão total nas atividades que desenvolve.
- . Procurar ter conhecimento profundo das necessidades do cliente, obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes da ARUTAN cosméticos.
- . Tomar riscos calculados (analisando tudo antes de agir) procurando minimizar riscos.
- . Tolerância a incertezas e falta de estrutura, tolerância aos estresses e conflitos. Hável em resolver problemas e integrar soluções.
- . Não-convencional, cabeça aberta e pensador. Hável em se adaptar a novas situações, buscando novas informações para saber como as coisas funcionam e são feitas.
- . Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, não se preocupa com status e poder.

- . Não temos medo de falhar, temos senso de humor e procuramos estar animados.
- . INSPIRAR confiança, motivar, delegar responsabilidades, formar equipe, criar um clima de moral elevado, saber compartilhar idéias, ouvir, aceitar opiniões, elogiar e criticar pessoas. Temos poder de autocontrole e iniciativa, procuramos estabelecer melhorias nos processos organizacionais.
- . Transmite integridade e confiabilidade, é paciente e sabe ouvir.
- . Temos habilidade para influenciar as demais pessoas em busca de realização de um objetivo.

Desenvolvemos e fortalecemos nossa rede de relacionamento interna e externa com a empresa ARUTAN cosméticos.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Como fonte de capital os 5 sócios da empresa investiram o mesmo valor em dinheiro para inicialmente inaugurar a fábrica, portanto todos terão a mesma porcentagem na empresa. O objetivo a longo prazo é trabalhar apenas com lucros sem fazer nenhum tipo de financiamento , assim a empresa estará sempre segura ,”andando com os pés no chão“, parte do lucro será investido em crescimento , maquinários mais modernos , estoque de matéria prima entre outros e outra parte será dividida igualmente para os sócios.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

ARUTAN é uma empresa na área de cosméticos fundada por 5 sócios e planejada durante 1 ano e meio, pensada em cada detalhe e em todas as dificuldades que hoje o mercado sofre com a crise financeira do mundo diante dessa grande pandemia .

ARUTAN teve sua grande inauguração na data de 01/06/2021 disponibilizando a venda de seus produtos em sites, a empresa promete produzir itens de qualidade, preço justo e inovar com um produto jamais visto no mercado que será seu carro chefe. O produto queridinho será BAYPDUPLAS um produto inovador que promete tirar as pontas duplas do cabelo sem a necessidade de cortá-lo. ARUTAN saíra na frente com esse produto diferenciado, Seus principais concorrentes serão: Natura, O Boticário e Avon, pois essas 3 empresas atuam no mesmo ramo e também com o mesmo segmento de produtos que será para cabelos, cuidados com a pele , maquiagens, perfumes entre outros. E seu público alvo é para qualquer pessoa que ama se cuidar pois há produtos infantis e até mesmo para prevenção anti idade .

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Em nosso projeto vamos abordar estratégias para nossa empresa do setor de cosméticos, ARUTAN que serão:

- Atendimento: Satisfação do cliente que é o foco principal.
- Relacionamento com o cliente: Atuação em vários canais de contato, e-mail, site instagram, whatsapp e facebook, tirando dúvidas e trazendo soluções aos clientes.
- Qualidade e Atualização: Oferecer serviços e produtos de qualidade e estar atento às tendências de mercado.
- Marca: A marca é muito importante para a reputação do estabelecimento e sobrevivência no mercado competitivo e criar parcerias com fornecedores de produtos para venda no salão para os clientes continuarem a manter os cabelos com aspecto que saiu do salão todos os dias.
- Espaço e Conveniência: Ter um espaço para trazer conforto aos clientes e colaboradores com um ambiente calmo com cores claras e tratando todos com respeito e mantendo sempre o local organizado.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Estratégia Empresarial é a definição de ações que devem ser tomadas hoje em curto prazo, para acionar planos de ações em médio prazo com base nos estudos do passado e da situação presente e de perspectivas do que está por vir e para alcançar os resultados desejados no futuro que vai ser a longo prazo, assim a empresa vai ser tornando competitiva no mercado.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Se a empresa não sabe por que existe, não será capaz de definir estratégias de crescimento porque os objetivos da empresa não serão claros. A missão é a base da construção Estratégia (incluindo metas e indicadores). Uma boa declaração de missão deve articular benefícios gerados pela empresa para seu público-alvo. Em suma, uma empresa deve existir e não produzir produtos ou prestação de serviços especificados no contrato (Ou alvará), mas sim, beneficiar-se disso O público-alvo (do produto ou serviço). A definição de missão também deve ser inspiradora Desafiador, então tenha sua participação, funcionários e parceiros comprometidos em assumir, trazer melhores benefícios.

Definida a missão, é o momento da empresa determinar uma visão de futuro para o seu negócio, ou seja, ter objetivos para atingir nos próximos anos. É fundamental que eles tenham indicadores e metas. Se a empresa quer ser a maior, a melhor e/ou a mais admirada de seu segmento, deveria definir indicadores e metas para saber se está alcançando seus objetivos. Ao contrário da missão, é muito difícil encontrar uma definição da visão de uma companhia que contenha os objetivos, os indicadores e as metas. Em geral, tais informações não são divulgadas publicamente e outras são impedidas de “prometer” resultados para os investidores para o (maior) público-alvo.

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.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A nossa missão é organizar informações de todo o mundo e torná-las universalmente disponíveis e úteis. Acredite e proporcione felicidade. Promover a diversidade, a liberdade e a valorização das pessoas em toda a nossa linha de produtos, refletindo nossa cultura popular com respeito e sabedoria. Atender e superar as expectativas de clientes e parceiros, oferecer produtos de segurança com qualidade diferenciada por meio de tecnologia moderna e talentos de alta qualidade, cumprir responsabilidades socioambientais e criar valor para nossos clientes, parceiros, colaboradores, acionistas e sociedade.

A visão da ARUTAN é capaz de inspirar-se no que almeja para o futuro, desde que aquilo seja um sonho atingível. Nada de ideias absurdas na visão. Pensamos em tudo que a ARUTAN fosse capaz de fazer, que não é concebível no momento, mas que têm grandes chances de realização no futuro. A visão também servirá como motivação para tirar a empresa da zona de conforto e se movimentar para chegar até esse objetivo no prazo determinado.

Desempenho, Ética, Liberdade, Respeito, Alegria, Amor, Reciprocidade e Gratidão são valores capazes de guiar a conduta da empresa quando os planos de Missão e Visão estiverem sendo executados. Os valores são inegociáveis e ditam os principais comportamentos e atitudes no que diz respeito ao funcionamento de toda estrutura organizacional.

4. CONCLUSÃO

Abrir uma empresa ou um negócio hoje em dia nos traz muitos desafios. Desde o ramo a ser tomado, como por onde começar. Talvez tenha sido esse ponto o mais desafiador para os participantes (sócios).

Um grupo de amigos, ambiciosos, analisaram durante um ano e meio, questões de como fundar um negócio para agregar as necessidades que principalmente as

mulheres buscam com a perfeição de um cabelo com vida. Foi assim que fundamos ARUTAN Cosméticos, com um produto diferenciado no mercado, apesar de nosso portfólio ser extenso, focamos em um produto que driblasse a concorrência, o assim chamado BAYPDUPLAS.

Montamos um perfil de empreendimento com qualidades que faltam no mercado, e estamos otimistas com o retorno nos negócios. A fonte de capital, dividimos em partes iguais o valor a ser usado, diante uma verba que cada sócio guardara ao longo dos anos.

Na administração estratégica abordamos como essencial: atendimento, relacionamento, qualidade, marca, espaço e conveniência a serem tomadas em curto prazo. A realização da missão, visão e valores remetem respeito e ética aos nossos consumidores.

Sendo assim, estamos cientes de que na prática, pode ser que enfrentaremos um caminho desafiador e não tão fácil quanto almejamos, porém, a capacidade de conseguir captar dinheiro é o que pode separar o que é apenas uma boa idéia de um negócio de sucesso.

REFERÊNCIAS

3.2

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dez-fatores-chave-para-o-sucesso-de-um-salao-de-beleza,8c5660dadee17510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

3.2.1

<https://www.siteware.com.br/blog/gestao-estrategica/o-que-e-estrategia-empresarial/>

3.2.2

Material adicional recomendado: KAWASAKI, G. (2006). A arte do começo : o guia definitivo para iniciar o seu projeto. Rio de Janeiro : Best Seller, 2006. COLLINS, J. & PORRAS, J. (1996) Building Your Company's Vision, Harvard Business Review, Vol. 74, Iss. 5, pp65–77. COLLINS, J. & PORRAS, J. Feitas para durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro, Rocco, 1995.

ANEXOS

