



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
<**Gestão Empreendedora**>

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
< *Flor de Lótus* >

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

< **Gestão Empreendedora** >

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

< **Flor de Lótus** >

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. TAIS HELENA
GONÇALVES

Estudantes:

Ana Paula Leoncio Soares de Lima, RA 1012021100535

Emanuele Nunes Rocha, RA 1012021100518

Gabrielle Martins Cardoso, RA 1012021100604

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, 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	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	7
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	7
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	9
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12

1. INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea tem sido marcada pelo constante avanço da tecnologia, dentre esses avanços, é imprescindível que seja citada a popularização da internet. Segundo uma pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC), com dados referentes ao ano de 2018, cerca de 46,5 milhões de domicílios brasileiros possuem acesso à internet. Com tantas pessoas tendo acesso à rede, o *cyberespaço* deixou de ser uma ferramenta de entretenimento e passou a ser uma ferramenta de atividades comunicativas extremamente funcional, onde populariza-se principalmente o uso das mídias sociais (MUNDIM & ANJOS, 2018).

Diante deste cenário, pode-se notar que com os grandes avanços tecnológicos, consequentemente houve o aumento das taxas de poluição no mundo, por meio deste, as pequenas ações do dia a dia podem evoluir e mudar aos poucos esta realidade. Através disso, pode-se elaborar grandes estratégias para um novo empreendimento, voltado para uma das áreas mais famosas e acessadas por muitas mulheres, o vestuário feminino, ampliando a percepção e implementando novas estratégias visando a moda, caridade e o meio ambiente.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa *Flor de Lótus* foi criada para a demanda do público jovem entre 18 - 24 anos de idade, somos uma empresa voltada para a sustentabilidade e caridade de peças de roupas usadas garantindo desconto no valor final de uma compra em nossas lojas físicas.

O nosso diferencial seria nas confecções dos trajes femininos, ressaltando a beleza feminina e a caridade. Sabemos que atualmente o gosto pela moda e suas tendências o público jovem tende a ser nossos maiores consumidores nos tempos atuais.

Trabalhando com lojas físicas e loja virtual, sendo que o desconto só poderá ser realizado em lojas físicas, assim trazendo autonomia e segurança para os demais.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A *Flor de Lótus* tem como seu maior objetivo o crescimento de sua marca abrindo sua loja física em cada cidade do Vale do Paraíba, trazendo tendências e moda para o seu público, trazendo assim a diversidade e a sustentabilidade entre os jovens.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O perfil do empreendedor é aquele na qual possui visões ampliadas e breve conhecimento do que estará sendo feito na sua empresa, mantendo sempre em mente lugares no qual almeja estar e possuindo uma boa administração, através dele e de uma equipe de qualidade, na qual irá manter sempre atualizado as questões financeiras, operacional e o marketing da empresa, para que haja sempre firmeza nas decisões, procurando sempre um diferencial entre os concorrentes e se destacando em meio a eles.

Através de pesquisas, dados, hipóteses e etc, será possível unir as forças de cada um que rege determinada função, assim então dando início aos primeiros passos da empresa para alcançar o sucesso desejado.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

- Primeiramente será preciso registrar a empresa no Microempreendedor Individual (MEI) para gerar mais oportunidades e ganhos para a empresa, sendo assim tendo chances de ter linha de crédito, exportar e receber subsídio, sendo assim tendo mais segurança.
- Assim pegando uma linha de crédito no Banco Caixa Econômica Federal onde as taxas de juros para o MEI são mais baixas.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A tecnologia se faz presentes no dia a dia e com tudo nota-se o aumento de interação das pessoas nas redes sociais, fazendo com que haja interações com o mundo inteiro, permitindo o acesso às coisas novas, permitindo novas propostas ao mercado e gerando novos empreendimentos. Devido a essa grande maneira de interação, foi pensado em uma empresa de vestuário feminino, para um público alvo de 18 a 24 anos, será divulgada através das redes sociais, mais especificamente no Instagram, visto que apesar de possuir a posição no ranking de terceira rede social mais utilizada no mundo, a mesma ganha destaque ao ter o primeiro lugar na pesquisa da *Social Media Trends* (2019), sendo considerada como a rede social preferida dos usuários e terá todo o seu marketing feito através da mesma, interagindo com o público e garantindo a fidelização do mesmo, mas para que haja um diferencial relacionado aos concorrentes, unimos as questões de sustentabilidade e caridade, gerando o seguinte destaque, todos os sábados do mês serão divulgados em nossas mídias sociais uma a campanha de conscientização, em que a pessoa que levar uma peça de roupa em bom estado, terá 10% de desconto nas compras acima de R\$50,00 reais e as peças serão revertidas a entidades de caridade, mas só será válido por apenas uma peça de roupa usada, não sendo um desconto acumulativo. Através desta proposta, será possível gerar a curiosidade do cliente e assim praticar ações de sustentabilidade e caridade, promovendo o bem estar de todos.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A Administração Estratégica é voltada para a sustentabilidade de roupas usadas para pessoas carentes, obtendo assim um diferencial entre as outras empresas e trazendo um determinado interesse do nosso público.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Deve ser conceituada a estratégia empresarial e as formas de implementação e acompanhamento por parte dos gestores.

A estratégia feita é voltada para o público que quer ajudar outras pessoas e assim tendo desconto por suas compras em um determinado dia da semana. Sendo assim, analisando o nosso ambiente, um dia na semana é recomendado para não ter desorganização e as roupas serem distribuídas no outro dia.

As Diretrizes sempre têm simpatia, seguir os valores, visão e missão posicionada pela empresa com foco e determinação, podendo crescer dentro da empresa trazendo uma boa cultura organizacional.

O Controle seria dividido em três partes :

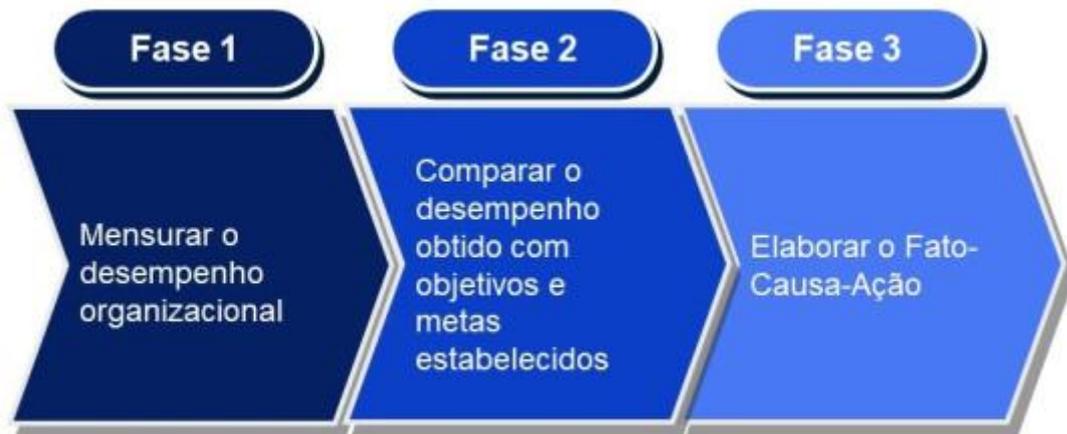


Figura 1 – Fases do controle estratégico

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são uma das principais vertentes para o crescimento de uma empresa, são utilizadas para definir a direção estratégica, permitindo que o empreendedor reflita sobre o papel do seu negócio e o sobre o futuro da empresa, pode-se ser usado como um recurso poderoso para que empreendedores consigam planejar negócios diferenciados, atrair colaboradores engajados e se orgulhar de seu trabalho. Grandes marcas nacionais e internacionais possuem essas características bem diferenciadas, para não cair no método convencional, por exemplo: Natura

Missão: Nossa razão de ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem.

Bem-Estar é a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar Bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte e com o todo.

Visão: A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

Valores: A vida é um encadeamento de relações. Nada no universo existe por si só. Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações.

A busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

O compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações. Quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.

A busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações. A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Visto que a missão, visão e valores são requisitos básicos da criação de uma nova empresa, se faz necessário a criação de estratégias que visem o diferencial, com isso, a definição do trio acaba sendo o ponto de partida para o desenvolvimento da empresa, pode-se descrever que a missão da empresa é transformar pequenos atos em grandes

conquistas, através da empatia e fazer com que os clientes se sintam bem por fazerem o bem e por estarem usufruindo de peças que aumentarão a sua autoestima, se sentindo bem de dentro para fora, já a nossa visão é baseada em atitudes que de pouco em pouco podem fazer com que uma comunidade de pessoas construam um mundo melhor, visando sempre a sustentabilidade e empatia, germinando o autoamor e o amor ao próximo, e para completar o trio das vertentes, os nossos valores são baseados no amor de empreendedor, na conquista de querer ver um mundo melhor e plantando isso todos os dias, levando como lema também a autoestima e a empatia, desejando ao próximo o que queremos a nós mesmos e fidelidade, gerando compromisso com nossos clientes e fazendo com que a cada vez mais seja atingido um público e faça com que os mesmos garantam uma relação entre vendedor e cliente.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que dentro de um contexto globalizado se faz necessário, cada vez mais, a execução de planejamentos por parte dos empreendedores. É preciso conhecer todas as etapas da produção e influências que interferem na atividade fim da empresa.

No que tange ao ambiente interno, podemos concluir que avaliar forças e fraquezas é essencial, tal qual realizar o levantamento de todos os problemas inerentes a um produto que se oferece, tais como maquinário, treinamento, satisfação, capacidade produtiva, etc.

Assim, somente através da observação dos fatores que rodeiam as empresas é que o sucesso será alcançado. Com muito planejamento, efetuando sempre as correções necessárias, dando o Feedback e cumprindo as previsões legais podemos nos sobressair perante a concorrência, desde que isso seja sempre feito com muita criatividade.

Diante deste cenário, pode-se concluir que através de um bom planejamento, investimento e mínimos conhecimentos na área, pode ser sim viável, basta apenas seguir os tópicos necessários para um bom desenvolvimento de seu negócio, podendo ser sim uma ideia na qual há chances de serem expandidas e aceitas no mercado.

REFERÊNCIAS

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC). **Domicílios com acesso à internet**, 2018.

Disponível em: <<https://cetic.br/tics/domicilios/2018/domicilios/A4/>>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

MUNDIM, Stella Campos; ANJOS, Mayara Abadia Delfino. **E-Commerce no mundo da moda: Um estudo de caso sobre a blogueira Thássia Naves**, 2018. Disponível em:

https://www.google.com/url?q=http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/articloe/view/1374&sa=D&ust=1603222455599000&usg=AOvVaw1RrCfRFQmAqwpL8_5oYvIH>. Acesso em: 11 de junho de 2021

NAKAGAWA, Marcelo Ferramenta: **Missão, Visão e Valores (Clássico)**. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF>. Acesso em 11 de junho de 2021.

NATURA. Disponível em <<https://www.natura.com.br>>. Acesso em 11 de junho de 2021.

