



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

CIÊNCIAS CONTÁBEIS EAD

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Escritório DR3M Contábil

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
Escritório DR3M Contábil

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL
ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA- PROF. DANILO MORAIS DOVAL

Estudantes:

Dayane Alves de Oliveira 18000926
Maria Eduarda Salla de Lima 18000702
Matheus Henrique Tonietti Luiz 18000067
Michele Cristina Souza Achcar Colla de Oliveira 18001459
Rosimar Santos Junqueira 18001039

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO.....	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	7
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	19
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	25
4. CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

1. INTRODUÇÃO

Nosso objetivo nesse projeto é criar uma proposta de um novo empreendimento dentro das nossas habilidades na área de conhecimento das ciências contábeis. Apresentando ideias que vão gerar em torno da *contabilidade online*, cujas atividades atualmente tem grande destaque no mercado atual.

A contabilidade online é o resultado da nossa era digital, e por conta desse avanço da tecnologia o empreendedorismo observou um meio de transformar à contabilidade até o momento somente física, como algo digital, poder trabalhar com seu contador na comodidade da sua empresa ou lar, trazendo mais rentabilidade, e aumento na carteira de clientes, trazendo para eles mais proximidade, facilidade, agilidade e qualidade no atendimento.

Nesse projeto, vai ser abordada uma síntese para um melhor entendimento do que é gestão empreendedora, o perfil do empreendedor, a sua importância no mercado de trabalho e dos negócios e como podemos ser um empreendedor. Além de destacar que não podemos somente desenvolver uma empresa com toda sua estrutura sem saber administrar com eficiência e eficácia, para num futuro próximo podermos colher os frutos desse sucesso, por isso será destacado também, uma síntese sobre administração estratégica, e como serão construídos as missões, visões e valores da empresa.

Conhecendo um pouco mais sobre o empreendedorismo e como a administração estratégica ajuda na qualidade do seu negócio e da maior rentabilidade, vamos “brincar” de empreender, serão destacadas a seguir ideias de um plano de negócios, ou seja, como construir um novo negócio e os possíveis desafios.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa proposta é um escritório de contabilidade online, realizando todo trabalho contábil e fiscal, além de uma consultoria específica, deixando de lado as grandes quantidades de papel e aderindo ao atendimento online.

Essa modalidade online comprovadamente reduz expressivamente os custos e o tempo de serviço utilizado para tais atividades, e com essa otimização é possível utilizar o tempo antes gasto para a realização do trabalho, com especialização e melhoria da organização como um todo, utilizando planejamento estratégico e técnicas empreendedoras.

Como tudo que é novo tem seus desafios, transformar os serviços contábeis em algo online, trazem algumas dúvidas, se é possível fazer uma contabilidade completa 100% online, e o desafio nesse projeto será justamente esse, tornar isso possível através de um bom planejamento.

Como é um ramo relativamente novo, a concorrência nesse segmento ainda é menor, mas isso não diminui a responsabilidades de analisar o mercado, fazer uma detalhada análise SWOT, analisando possíveis fraquezas, ameaças, forças e oportunidades. Através dessa análise encontrar um diferencial, um portfólio atraente para nossos clientes.

O escritório proposto é composto por inicialmente cinco colaboradores formados na área contábil, cada integrante será responsável por uma área específica em que se destacam com suas habilidades, porém toda a equipe sempre trabalhará em conjunto para a solução de possíveis problemas a serem solucionados para o cliente. O escritório proposto leva o nome de **DR3M Contábil**, tem como clientes não somente na nossa região, mas também podendo atender o Brasil todo pelo sistema online.

Nosso projeto inicial é fazer bom uso da tecnologia, utilizando sistemas e softwares de qualidade, e possuímos uma plataforma online capaz de nos possibilitar ter acesso rápido e remoto a todas as informações disponibilizadas pela empresa contratante,

além de todas as tarefas necessárias para se realizar um suporte para uma contabilidade completa, tendo uma comunicação rápida e clara com o cliente até mesmo em tempo real. Todos os documentos, registros e informações do cliente ficam armazenados para um fácil acesso tanto para nós como para a empresa.

Algumas atividades que o **escritório DR3M Contábil** realizará são:

- Apuração de tributos municipais e federais;
- Entrega de obrigações acessórias, tanto municipais como federais, como CAGED, RAIS, DEFIS, DIPDJ, DASN, SPED Fiscal e Contábil, PERT, Declaração de ICMS ST, etc...
- Orientação Fiscal;
- Orientação trabalhista;
- Escrituração do livro caixa;
- Balanço patrimonial mensal e anual;
- Classificação e escrituração contábil de acordo com as normas e princípios contábeis vigentes;
- Demonstrativos de resultados anuais (DRE);
- Conciliação dos saldos contábeis;
- Abertura de empresa;
- Emissão facilitada de notas fiscais eletrônicas através da plataforma utilizada;
- Consultoria.
- Entre outras...

Os empresários e gestores podem acompanhar todo o andamento da empresa pela plataforma online e em qualquer lugar através de um dispositivo eletrônico, tendo como custo ao cliente um valor reduzido para os serviços prestados, visto que os gastos da empresa por ser online são menores do que o da empresa física, trazendo benefícios financeiros não somente a nossa organização, mas também a empresa contratante.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Gestão empreendedora é basicamente a junção dos conceitos do empreendedorismo executados no plano administrativo de um negócio, um empreendedor tem como principal objetivo a identificação das necessidades de um negócio e sua sustentação por meio de serviço e ofertas de produtos, para isso o empreendedor precisa ser uma pessoa qualificada com perfil criativo, inovador e dinâmico.

Essa gestão praticamente engloba práticas gerências com base nessas características, onde seu campo de aplicação se resume no ambiente interno da empresa, onde o mesmo fica perfeito para inovação, com equipes e colaboradores comprometidos e motivados a realização de serviços e novos produtos, portanto é necessária uma gestão empreendedora qualificada para competir com a concorrência, abrir espaço no mercado e ter sucesso.

Para aplicar a gestão empreendedora em uma empresa, não importa se ela seja de grande porte, médio ou pequeno, é necessário ter uma visão ampla para inovação, gestores qualificados para colocar em práticas estratégias para obtenção de resultados, portanto é preciso ter consciência dos passos a serem tomados.

Nenhum negócio é totalmente seguro, então é preciso estar atento e assumir os riscos, é impossível se falando de negócios evitar os riscos, porém existem maneiras de gerenciar e medir seus impactos. Existem dois tipos de riscos para uma empresa, os que são gerados pela gestão e os que não podem se controlar, no caso as decisões do governo e a economia do país.

É preciso ter concentração nos riscos que pode ser controlado, como conhecer seu mercado atuador, conhecer o perfil dos clientes e da concorrência, ter um planejamento estratégico bem feito para manter o negócio saudável.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A definição do perfil do empreendedor é essencial para boas chances de sucesso no mercado da contabilidade online.

Um perfil dinâmico, com competências técnicas e atitudinais bem desenvolvidas, proatividade, competências digitais, são desejáveis para o planejamento, implantação e gerenciamento de um empreendimento digital na área contábil.

É necessário reunir também conhecimentos de planejamento estratégico, marketing e departamento comercial.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Inicialmente, para o capital de giro de 12 (doze) meses, as fontes de capital serão dos sócios, os quais, a princípio, terão a divisão igualitária na empresa **DR3M Contábil**. Para os investimentos futuros é possível buscar empréstimos bancários, com linhas de créditos específicas para a área da tecnologia.

É possível, também, a participação em editais de fomento e de aceleração de start up.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Pensar a proposta de um novo empreendimento demanda a concepção de um ambiente propício a criatividade e inovação, para ser um empreendedor bem-sucedido é preciso ter uma visão ampla e saber inovar, por isso a empresa precisa ter um ambiente

favorável para que os colaboradores consigam exercer essas funções. Para esse ambiente ser valorizado é necessário incentivar os colaboradores, devem estar sempre motivados a cumprir seus papéis na empresa, deixar aberto um canal de comunicação para a exposição de ideias e melhorias nas atividades e recompensa-los por isso, manter a mente aberta para os possíveis erros, pois são considerados parte do aprendizado.

A motivação é algo muito importante dentro de uma empresa, por meio dela é possível deixar os colaboradores realmente dispostos a criar e inovar, é preciso escolher os colaboradores com perfil adequado para cada cargo, reconhecer seu valor profissional, trata-los com respeito independente de posições, dar feedbacks sempre, investir em seus desenvolvimentos com cursos e treinamentos. Com isso pode ter certeza que eles estarão motivados e dispostos com seu emprego, levando a empresa a um padrão mais elevado.

É preciso acreditar e ter confiança em cada colaborador, quando falamos de gestão empreendedora a confiança é essencial, os colaboradores têm que ter total liberdade para pensar, criar e inovar, com isso é necessário acreditar em seu potencial para trazer mais chances de bons resultados.

Ter comprometimento com o projeto é algo fundamental para o negócio, o papel do gestor é motivar os colaboradores a estarem comprometidos com o projeto, alguns estarão e outros não por isso é preciso selecionar aqueles que estarão dispostos com o projeto, nada adiantar elaborar uma estratégia se os responsáveis por sua aplicação não estiverem dispostos.

Estudar a concorrência é um fato muito importante dentro da gestão empreendedora, é preciso analisar o mercado para competir de forma justa e ética dentro do empreendedorismo, é preciso encontrar os pontos fracos da concorrência para que a criatividade seja posta em prática criando um produto ou serviço inovador que atenda às necessidades e expectativas dos clientes.

Deve ser analisado o tamanho de seus concorrentes, seus pontos fortes e fracos, e sua influência no mercado atual, é importante estar atento a possíveis ameaças que eles representem e usar essas informações a seu favor, é muito importante conhecer

seus concorrentes mais no ramo da gestão empreendedora o foco deve ser sempre o cliente.

Qualquer empresa precisa conhecer profundamente seus clientes, seu público-alvo, onde estará direcionado seu serviço ou produto, um erro é achar que conhece completamente seus clientes, os gostos as preferências e suas necessidades mudam ao passar dos anos, é preciso estar sempre atento, e realizar testes e pesquisar com seus clientes.

É preciso saber definir o perfil dos clientes que serão futuramente consumidores com as características em comum das pessoas que já são consumidoras dos produtos ou serviços, é de extrema importância coletar informações.

Saber sua distribuição geográfica, lugar onde seus clientes se concentram a demografia, idade, sexo, perfil pessoal e seu estilo de vida, através do conhecimento detalhado do perfil de seu público, facilita o oferecimento de uma possível solução inovadora e criativa. Muitas pessoas não sabem que possuem um problema até encontrar um produto ou serviço que possivelmente ira resolve-los.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

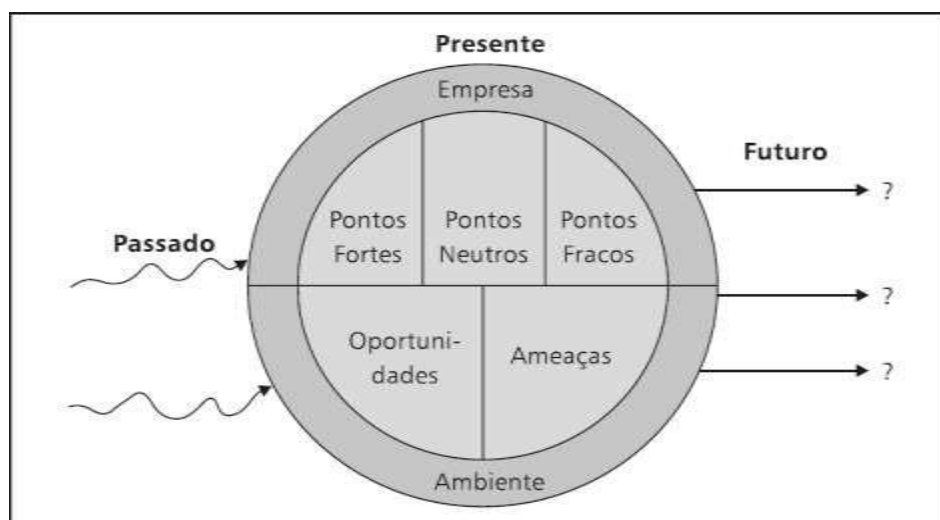
A estratégia está correlacionada à definição do conjunto de produtos e serviços versus segmentos de mercados proposto pela empresa em dado momento. A estratégia é extremamente importante para a empresa, e o momento propício aos movimentos estratégicos é tão importante quanto o movimento em si.

A finalidade das estratégias é estabelecer quais serão os caminhos, os cursos, os programas de ação que devem ser seguidos para serem alcançados os objetivos, desafios e metas estabelecidos. O conceito básico de estratégia está correlacionado à

ligação da empresa com o seu ambiente, que é externo e não controlável; nessa situação, a empresa procura definir e operacionalizar estratégias que maximizam os resultados da interação estabelecida. A palavra estratégia significa, literalmente, “a arte do general”, derivando-se da palavra grega *strategos*, que significa, estritamente, general. Estratégia, na Grécia Antiga, significava aquilo que o general fez... Antes de Napoleão, estratégia significava a arte e a ciência de conduzir forças militares para derrotar o inimigo ou abrandar os resultados da derrota. Na época de Napoleão, a palavra estratégia estendeu-se aos movimentos políticos e econômicos visando a melhores mudanças para a vitória militar (Steiner, 1969, p. 237). Em termos militares, Von Bülow (1950, p. 21) explicou, de forma genérica, que a estratégia é a ciência dos movimentos guerreiros fora do campo de visão do general; e a tática, a ciência dos movimentos guerreiros dentro do referido campo.

Numa empresa, a estratégia está correlacionada à arte de utilizar, adequadamente, os recursos físicos, tecnológicos, financeiros e humanos, tendo em vista a minimização dos problemas internos e a maximização das oportunidades que estão no ambiente empresarial, o qual não é controlável. Quando se considera a estratégia empresarial, ou seja, a escolha de um caminho de ação para a empresa como um todo, deve-se fazer a seguinte pergunta-chave: “Que destino devo dar à empresa e como devo estabelecer esse destino?”

Esquemáticamente, essa pergunta pode ser colocada como na Figura:



A Figura mostra que, através de um caminho sinuoso, que pode ou não ser planejado, a empresa chegou no presente em determinada situação, a qual necessita ser avaliada como base para traçar um caminho futuro. A avaliação desse processo é feita através do confronto entre os pontos fortes, fracos e neutros da empresa, de um lado, e suas oportunidades e ameaças em seu ambiente, de outro lado.

Dessa avaliação devem resultar a missão, os propósitos, os cenários, a postura estratégica, a vantagem competitiva, as macroestratégias e as macropolíticas, conjunto esse que representa o ponto de partida para traçar o caminho voltado aos futuros objetivos, desafios e metas, escolhidos entre as opções estratégicas que a empresa consegue identificar como preferenciais ou as mais adequadas em determinado momento.

A estratégia deve ser, sempre, uma opção inteligente, econômica e viável. E, sempre que possível, original e até ardilosa; dessa forma, constitui-se na melhor arma de que pode dispor uma empresa para otimizar o uso de seus recursos, tornar-se altamente competitiva, superar a concorrência, reduzir seus problemas e otimizar a exploração das possíveis oportunidades.

Sejam quais forem os objetivos, desafios e metas estabelecidos, as empresas formulam estratégias para o seu alcance. Essas estratégias correspondem a procedimentos e dispositivos que a empresa deve usufruir da maneira mais adequada possível para a sua realidade atual.

De acordo com Katz e Kahn (1973, p. 138), os dispositivos podem ser:

- políticos, os quais são acionados tanto nas transações externas à empresa em busca de insumos no ambiente e na alienação dos produtos ou serviços, como nas transações internas com os profissionais da empresa. Portanto, são procedimentos que orientam a empresa em seus relacionamentos internos e com seu ambiente; e
- técnico-econômicos, os quais são empregados na transformação dos insumos em produtos ou serviços, os quais a empresa disponibiliza para o mercado comprador.

Implementação da estratégia

Normalmente, a implantação de uma estratégia correspondente a, por exemplo, um novo produto ou serviço, cliente ou tecnologia, bem como exige alterações

internas na empresa, tais como na estrutura organizacional, no sistema de informações e na estrutura dos recursos.

Tregoe e Zimmerman (1982, p. 37) consideram que, quando uma empresa está confusa, ou mesmo com falta de enfoque estratégico, é possível que esteja com um problema estratégico; portanto, deve analisar o seu “Q.I. estratégico”, respondendo a algumas perguntas básicas que são apresentadas, de forma resumida, a seguir:

- a natureza e a orientação do negócio da empresa foram determinadas conscientemente?
- todos os executivos da alta administração têm a mesma visão e o mesmo nível de conhecimento do futuro rumo estratégico da empresa?
- a estratégia é suficientemente clara?
- a declaração de estratégia é usada como instrumento para as escolhas quanto aos futuros negócios, produtos, serviços e mercados?
- as deliberações estratégicas são tomadas separadamente das tentativas de planejamento a longo prazo?
- a futura estratégia é claramente determinante daquilo que se planeja? Ela está incluída no orçamento?
- as suposições formuladas sobre o ambiente são usadas para a fixação de uma estratégia?
- as estratégias influem nas decisões sobre aquisições, dotações de capital e novos sistemas na empresa?
- as diversas unidades organizacionais da empresa têm estratégias claras e explícitas? Essas estratégias apoiam, plenamente, a estratégia global da empresa?
- o desempenho geral da empresa e de suas unidades organizacionais é revisto tendo em vista tanto sua realização estratégica como seus resultados operacionais?

Os referidos autores consideram que, quanto mais numerosas forem as perguntas às quais você respondeu “não”, ou às quais não pode responder “sim” com firmeza, maiores serão os problemas estratégicos da empresa.

Para Tilles (1963, p. 114), você deve considerar alguns aspectos quando se está desenvolvendo e implementando estratégias numa empresa:

- a estratégia de uma empresa deve identificar-se com os profissionais da

empresa que devem conhecê-la. Isso não significa, necessariamente, que uma estratégia deva sempre ser escrita. Se a estratégia não for escrita, deverá ser claramente entendida através de outros meios de comunicação;

- a estratégia deve ser consistente com o ambiente da empresa. Isso porque se a estratégia for inconsistente com o ambiente, ela, provavelmente, será malsucedida. Uma estratégia voltada para regulamentos governamentais, ou para uma vantagem óbvia do concorrente, ou que seja hostil aos sindicatos, não é consistente com o ambiente e outras alternativas deverão ser examinadas;

- a estratégia deve ser consistente com os pontos fortes internos, objetivos, políticas, recursos e valores pessoais dos executivos e demais funcionários da empresa;

- a estratégia deve equilibrar o risco mínimo com máximo potencial de lucros, consistente com os recursos e perspectivas da empresa. Uma empresa com poucos recursos pode aceitar menor risco do que uma com maior capacidade de sofrer uma perda. Existem alguns riscos que nem mesmo as grandes empresas podem suportar. Uma das finalidades principais da estratégia é equilibrar o risco e o lucro de forma apropriada;

- o desenvolvimento de uma estratégia deve remontar o processo de uma análise do objetivo e incorporar ao processo a máxima aplicação de imaginação e criatividade. Grande atenção deve ser dada ao problema para o qual se formulou a estratégia, porque nenhuma estratégia tem valor referindo-se ao problema errado. Grande atenção deve ser direcionada à criação e exploração das alternativas. O desenvolvimento de alternativas de imaginação, que tenham o máximo valor, é uma tarefa muito criativa. Deve-se compreender que é necessário usar a intuição do executivo na formulação de estratégias de decisão;

- os executivos e os assessores devem compreender os diferentes processos de desenvolvimento da estratégia e saber quando e como aplicar cada técnica ao problema em questão.

- a estratégia deve ter uma ocasião propícia e não ser ilimitada no tempo. Uma estratégia ilimitada ou aberta pode proporcionar tempo aos concorrentes para que ataquem essa estratégia ou resultar em sua própria erosão, diluindo seu sucesso ou resultando em fracasso;

- as estratégias podem ser formuladas no período de planejamento anual e em outras ocasiões. A formulação da estratégia é um processo contínuo e não um processo

desenvolvido em um programa cíclico;

- as melhores estratégias são aquelas traçadas para se ajustarem a determinada situação, negócio, empresa e modelo de gestão; e

- quanto maior for a empresa, mais estratégia terá de desenvolver. Nas grandes empresas pode-se falar em uma cadeia de estratégias, que vai desde as estratégias maiores, na alta administração da empresa, até as estratégias menores, que se transformam em táticas. Essa cadeia pode ser considerada como tendo elos de sub estratégias.

Salienta-se que essas questões inerentes à implementação das estratégias devem estar interagentes com as questões da avaliação das estratégias. Quando o executivo implementa uma estratégia, deve estar atento a cinco pontos (Hobbs e Heany, 1977, p. 8):

a) Antes de designar estratégias ambiciosas, você deve estar certo de que não haverá grave sobrecarga funcional. Isso porque o emprego de medidas para evitar esforços desnecessários nas ligações entre o plano estratégico e os atuais sistemas operacionais é sempre preferível a ter de usar corretivos após o fato.

b) Conter as ondas de choque da estratégia. Pode-se evitar alguns problemas de separação entre áreas da empresa, isolando partes da empresa contra as ondas de choque da estratégia sempre que um novo curso estratégico é exigido; pode, também, insistir para que os defensores de nova estratégia compreendam as questões-chave levantadas por essa estratégia.

c) Dedicar atenção pessoal a importantes questões de integração entre as diversas áreas e as atividades da empresa. Para tanto, deve:

- cuidar pessoalmente de problemas de interligação em base seletiva, estabelecendo um mecanismo para lidar com tais problemas antes que eles surjam, e depois controlar diretamente os recursos de importantes problemas de integração; e

- cuidar pessoalmente da ligação de seu centro de resultados com outros componentes da empresa.

d) Não dissolver sua equipe de planejamento estratégico até que tenha identificado as estratégias e ações que serão seguidas do começo ao fim pelo nível hierárquico seguinte. O processo de planejamento estratégico não deve tornar-se um fim em si mesmo, tão burocrático e desinteressante que todos os participantes daquele processo desejarem seu fim.

e) Comunicar-se de “cima para baixo” e não apenas de “baixo para cima”. Isso porque as decisões estratégicas afetam todas as unidades organizacionais da empresa.

Avaliação da estratégia

A avaliação da estratégia corresponde à fase na qual verifica se a estratégia, tal como foi implementada, está proporcionando o alcance dos objetivos, desafios e metas da empresa aos quais ela estava correlacionada.

Essa situação pode ser visualizada na Figura:



Entretanto, uma estratégia não deve ser avaliada apenas após sua implementação, mas também para que sua escolha seja a mais adequada possível.

Os aspectos que se deve analisar são:

a) A estratégia deve estar adequada aos aspectos internos da empresa, o que significa estar de acordo com a cultura e o clima organizacional, pois só assim será aceita e apoiada em seu desenvolvimento. Corresponde à consistência interna da estratégia.

b) A estratégia deve estar adequada aos aspectos externos da empresa, o que significa estar de acordo com as condições e aspectos do ambiente da empresa que sejam referentes às condições atuais ou às condições futuras, através de um processo de mutação contínua. Corresponde à consistência externa da estratégia ou consistência com o ambiente da empresa. Essa consistência externa, assim como a consistência interna, é de suma importância, pois, caso contrário, pode ocorrer um fracasso na operacionalização da estratégia.

c) A estratégia deve estar adequada à visão, aos valores, à missão, aos propósitos, aos cenários, à vantagem competitiva, à postura estratégica, ao macroestratégias, ao macro político, bem como aos objetivos, desafios, metas e políticas da

empresa.

d) A estratégia deve estar adequada aos projetos e aos correspondentes recursos existentes e disponíveis na empresa. Entre esses recursos citam-se capital, equipamentos, pessoas, competências, tecnologias, instalações, entre outros aspectos. Deve tomar cuidado para não super dimensionar ou subdimensionar os recursos que a estratégia considerada vai utilizar. Outro aspecto é a determinação dos recursos que são mais críticos para cada uma das estratégias a serem implementadas.

e) A estratégia deve estar adequada ao grau de risco que se julga aceitável. O grau de risco adequado ou aceitável está muito correlacionado aos recursos da empresa, pois quanto maior a quantidade de recursos de uma empresa, maiores os riscos que ela pode aceitar. Outro aspecto é o grau de concentração dos recursos num único empreendimento ou diluído em vários empreendimentos da empresa.

f) A estratégia deve estar adequada ao horizonte ou período de tempo necessário e considerado para que os objetivos e desafios sejam alcançados. Nesse caso, deve-se estar atento ao fato de que quanto mais distante no tempo estiverem os objetivos e desafios considerados, maior o número de mudanças que poderão ocorrer, tanto internas quanto externas à empresa; portanto, as estratégias consideradas devem ter grande flexibilidade.

g) A estratégia deve estar adequada às expectativas e exigências dos proprietários, executivos e demais profissionais da empresa.

ACOMPANHAMENTO POR PARTE DOS GESTORES

Para que uma empresa se mantenha em evidência no seu segmento de atuação, é fundamental mapear riscos, identificar oportunidades de investimento e traçar estratégias para o alto crescimento. Mas para que todas as estratégias traçadas neste plano sejam efetivas, é essencial fazer o gerenciamento de resultados.

Executar um plano de ação não é o suficiente para que uma empresa atinja seus objetivos. Dentro do ciclo estratégico, é essencial monitorar, identificar riscos e oportunidades, apontar melhorias e corrigir falhas na estratégia implementada.

O gerenciamento de resultados é uma grande responsabilidade dos gestores da estratégia.

É função dos cargos administrativos das organizações monitorar cada um dos

resultados alcançados, bem como a efetividade de cada estratégia definida para o alcance da visão e dos objetivos macro.

A gestão estratégica permite a implementação do planejamento estratégico, objetivando a obtenção de melhores resultados, mas também reavaliando e reformulando constantemente o processo, de acordo com as exigências e mudanças nos contextos do ambiente organizacional (interno e externo).

A gestão estratégica promove a efetividade prática no alcance dos objetivos organizacionais, ou seja, a capacidade de alavancar os negócios, alinhando e adaptando-os à proposta do planejamento estratégico.

A gestão estratégica leva em consideração:

- Entendimento, por todos, da estratégia e da visão de futuro da organização;
- Definição de responsabilidades estrategicamente, em todos os níveis da organização;
- Acompanhamento da implementação da estratégia;
- Análises sistemáticas acerca da implementação das metas e do alcance da visão de futuro;
- Comunicação sistemática da estratégia e das decisões tomadas;
- Realimentação do processo de concepção da estratégia com o aprendizado adquirido durante as etapas de gerenciamento da implantação da estratégia;

Além de garantir análise contínua do desempenho estratégico da organização, a gestão estratégica fecha o ciclo entre o desenvolvimento teórico de uma boa estratégia e sua implementação.

Para que uma empresa faça o gerenciamento de resultados, é essencial assumir algumas posturas como:

- Revisar constantemente os objetivos da empresa, para que os gestores consigam ter uma visão clara dos objetivos e do planejamento estratégico do negócio.
- Gestores e colaboradores precisam se reunir para estabelecer os objetivos de cada um na organização, determinando um prazo para a apresentação dos resultados.
- Monitorar os processos da empresa, por exemplo, antes de o prazo estabelecido para uma entrega terminar, é preciso organizar algumas reuniões para saber se os objetivos serão alcançados.
- Avaliar o desempenho da equipe a partir de uma análise baseada no alcance

ou não dos objetivos.

- Recompensar os colaboradores por atingirem os resultados.

O gerenciamento de resultados é o melhor caminho para uma empresa reduzir custos, entregar projetos melhores e aumentar a produtividade da equipe.

Afinal, quando há o total envolvimento da equipe produtiva e dos gestores no caminho para o alcance das estratégias, a produção é feita com mais conformidade e o planejamento é cumprido sem maiores problemas.

Uma equipe que é guiada por resultados é capaz de produzir sempre mais e melhor e fazer com que sua organização se torne líder no seu segmento!

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO

Uma das formas mais singelas de conceituar missão é que ela representa a razão de ser e de existir da organização, seu papel na sociedade (CHIAVENATO; SAPIRO, 2004).

Ao definir a missão, delimita-se a atuação da organização no negócio que está inserida.

A missão deve ser definida em termos de satisfazer alguma necessidade do ambiente externo, e não de oferecer alguns produtos ao mercado (KOTLER, 1980).

Deve satisfazer também as demandas das demais partes interessadas da organização, como proprietários, acionistas, parceiros de negócios, etc.

Ao declarar a missão, a organização traduz suas responsabilidades e pretensões junto ao ambiente de negócios, limitando então seu próprio ambiente de atuação.

A missão deve ser orientadora e delimitadora das ações da organização, fazendo com que os limites de atuação fiquem claros para todas as suas partes interessadas, agindo como um fator de inspiração e estímulo principalmente junto aos colaboradores de todos os níveis da organização, tornando homogêneo o entendimento sobre o papel da organização, dando a eles maior e melhor percepção de propósito da organização e do próprio trabalho que realizam.

Uma boa declaração de missão tem o potencial de agir como um elemento

motivador e engajar os colaboradores em torno de uma causa conhecida (razão de existir/propósito da organização).

Algumas consequências de uma declaração formal de missão, segundo Chiavenato e Sapiro (2004), são:

- Ela ajuda a concentrar o esforço das pessoas para uma direção, ao explicitar os principais compromissos da organização.
- Ela afasta o risco de buscar propósitos conflitantes, evitando desgastes e conflitos durante a execução do planejamento estratégico.
- Ela fundamenta a alocação dos recursos segundo regras gerais apresentadas pela missão.
- Ela embasa a formulação das políticas e a definição dos objetivos organizacionais.

Alguns exemplos de missão:

- Mc Donalds:

Nossa missão é servir comida de qualidade, proporcionando sempre uma experiência extraordinária.

Coca Cola:

Refreshar o mundo, inspirar momentos de otimismo, criar valor e marcar a diferença.

- Duratex:

Oferecer produtos e serviços de alta performance, de forma segura e rentável, desenvolvendo a capacitação e parcerias com clientes, fornecedores, comunidades e colaboradores, gerando valor em toda a sua cadeia produtiva.

VISÃO

A visão é um estado futuro desejado pela organização em um horizonte temporal normalmente mais de longo prazo. Representa o que a organização quer ser no futuro.

Alguns conceitos para a visão que podemos citar são:

● “Algo que se vislumbre para o futuro desejado da empresa” (QUIGLEY, 1993).

● “Limites que os proprietários e principais executivos da empresa negócios cria um “estado de tensão” positivo entre o mundo como ele é e como gostaríamos que fosse (sonho). Pode servir também como uma fonte inspiradora, um chamamento que estimule e motive as pessoas a verem realizada com sucesso a missão declarada. A visão de negócios associada a uma declaração de missão compõe a intenção estratégica da organização.

De forma resumida, pode-se dizer que a visão definida pela organização é a imagem (ou sonho) que ela tem a respeito de si no futuro.

A visão constitui-se em uma base ou diretriz para toda e qualquer estratégia a ser adotada, de forma que a organização caminhe ao longo do tempo para alcançar essa visão almejada no futuro.

Chiavenato e Sapiro (2004) dizem que a visão:

É a explicação de por que, diariamente, todos se levantam e dedicam a maior parte de seus dias para o sucesso da organização onde trabalham, investem ou fazem negócios. Quanto mais a visão de negócios está alinhada aos interesses dos stakeholders, mais ela pode atender a seus propósitos.

Chia venat o e Sapir o (2004) são duas importantes dicas para a definição da visão, extraídas de Quigley (1993), são:

● Certifique-se de que a visão e os valores direcionam-se aos focos básicos, ou seja, aos clientes – são os mais importantes -, funcionários e fornecedores.

● Incremente sua participação de mercado e lucratividade através do aumento da percepção pelos clientes de seus produtos e serviços em relação ao seus concorrentes.

Alguns exemplos de visão:

A

visão de

- Mc Donalds:

Duplicar o valor da companhia, ampliando a liderança em cada um dos mercados.

- Coca Cola:

Pessoas: ter um bom lugar para trabalhar para que os trabalhadores se sintam

inspirados a dar o melhor de si

Bebidas: oferecer uma variedade de produtos de qualidade que antecipem e satisfaçam os desejos e necessidades dos consumidores

Parceiros: desenvolver uma rede de trabalho para criar valor mútuo e duradouro

Planeta: ser um cidadão responsável que marque a diferença, ajudando a construir e apoiar comunidades sustentáveis

Ganhos: maximizar o retorno para os acionistas mantendo presentes as responsabilidades gerais da Companhia

Produtividade: ser uma organização eficaz e dinâmica

- **Duratex:**

Ser empresa líder de classe mundial, atuando com responsabilidade social e ambiental, nos segmentos de produtos de madeira reconstituída e de acabamento para construção civil, gerando retorno significativo e permanente aos acionistas e proporcionando aos colaboradores, clientes, consumidores, fornecedores e comunidades, o sentimento de bem-estar, satisfação e realização.

VALORES

Corresponde ao conjunto de crenças fundamentais que a organização respeita e que pautam suas decisões e ações.

Os princípios estão relacionados aos conceitos dos quais a organização não abre mão, como, por exemplo, ética e honestidade. Os valores dizem respeito a atributos e virtudes da organização, o que inclui transparência, respeito à diversidade, cultura para qualidade ou respeito ao meio ambiente (CHIAVENATO; SAPIRO, 2004).

A definição dos valores e princípios deveria ser sempre realizada de forma colaborativa com representantes de diferentes áreas e níveis, representando o pensamento coletivo da organização.

Os valores e princípios devem ser disseminados, conhecidos e compreendidos por todas as pessoas na organização, que devem ser continuamente orientadas e incentivadas para que qualquer decisão ou ação que tomem tenha como referência e esteja alinhada com o conjunto completo de valores e princípios que orientam a organização.

Alguns exemplos de valores:

- Duratex:

Integridade – ter comportamento ético, justo, transparente e coerente com o que se pensa, fala e faz. Valorização Humana – promover condições para o desenvolvimento das competências individuais e coletivas e formação de sucessores. Participação – compartilhar valores, experiências e ideias, incentivando a cooperação, o trabalho em equipe e o respeito à diversidade. Comprometimento – agir com permanente entusiasmo, refletindo o sentimento de orgulho pela marca e em tudo que se faz. Responsabilidade Social e Ambiental – interagir com a comunidade e o meio ambiente de forma equilibrada, apoiando, estimulando e promovendo programas sociais, o reaproveitamento de recursos e o desenvolvimento sustentável.

- Mc Donalds:

Oferecemos qualidade, serviço e limpeza aos nossos clientes. Incentivamos o espírito empreendedor, temos um forte compromisso com a nossa gente, maximizamos a rentabilidade das nossas operações, operamos um negócio em um ambiente ético e responsável, contribuimos com o desenvolvimento das Comunidades nas quais atuamos.

- Coca Cola:

Liderança: unir esforços para construir um futuro melhor.

Colaboração: potencializar o talento coletivo

Integridade: agir com transparência

Responsabilidade: ser responsável

Paixão: estar comprometido com o coração e com a mente

Diversidade: contar com uma vasta gama de marcas e ser tão inclusivo quanto

elas

Qualidade: procurar constantemente a excelência

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Após realizar a pesquisa sobre a missão, visão e valores de empresas reais no tópico anterior, é hora de pensar quais seriam utilizados para o novo negócio que está sendo pensado, isto é, deverá ser feita uma proposta de missão, visão e valores para o novo empreendimento.

MISSÃO

Fornecer serviços on line de alto nível e qualidade na área de contabilidade.

VISÃO

Ser reconhecida como referência em assessoria contábil e empresarial on-line em todo o Brasil.

VALORES

- ✓ Transparência e ética;
- ✓ Respeito ao profissional;
- ✓ Compromisso com o cliente.
- ✓ Honestidade
- ✓ Sustentabilidade
- ✓ Responsabilidade

O Escritório DR3M tem como finalidade oferecer serviços de qualidade, com velocidade, e conforto, garantindo uma otimização de tempo e melhoria do trabalho, ou seja, oferecer comodidade, praticidade e priorizar o valor do tempo e disponibilidade do cliente, sendo um diferencial no mercado de trabalho. Para isso, aplicaremos algumas estratégias:

- Definição correta para os honorários contábeis e processos claros;
- Estar sempre atualizados nas áreas contábeis e fiscais;
- Oferecer serviços adicionais, como de consultorias, outsourcings e treinamentos.

- Comunicação efetiva e eficaz;
- Divulgação online e offline;
- Atendimento rápido e de qualidade, colocando o cliente como prioridade.

O Planejamento estratégico, ferramenta que permite que as aspirações de longo prazo da organização sejam expressas e sistematizadas, nos auxilia na análise e alcançar com êxito os nossos objetivos.

Na construção do planejamento estratégico, utilizamos ferramentas para alcançar os resultados. Entre elas estão:

- Software contábil: organiza os dados de movimentações financeiras de modo automático, basta alguns comandos para executar previsões, análises e exportação de relatórios, sendo possível produzir automaticamente balanços patrimoniais, demonstrativos de resultado do exercício (DRE), demonstrativos de lucro ou prejuízo e demonstrativos de fluxos de caixa.

- Análise 360° da oportunidade de negócio: É uma ferramenta que integra várias abordagens sobre como avaliar ideias de negócio e como priorizar aquela que poderia representar a melhor oportunidade.

- Análise SWOT: que combina uma análise de fatores internos com a percepção do ambiente de mercado da empresa. A combinação dos dois ambientes e de suas quatro variáveis (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) facilita a tomada de decisões e a definição de estratégias de negócio da empresa, potencializando o uso dos pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades detectadas. Ganha escalabilidade e maior agilidade nos atendimentos e, assim, nos liberando e o nosso time de tarefas meramente operacionais e possibilitando que nos dediquemos às atividades de maior valor agregado.

- Análise de Porter, focada no mapeamento da concorrência atual e de possíveis entrantes. Tendo em vista, cinco pontos fortes para avaliar e analisar o ambiente externo. Sendo eles rivalidade entre os concorrentes, poder de negociação dos fornecedores, ameaça de produtos substitutos, ameaça de entrada de novos concorrentes e poder de negociação dos clientes.

O planejamento estratégico, em geral, diz-se que é parte da definição da missão, da visão e dos valores organizacionais, para, então, ser desdobrado em objetivos táticos e operacionais, que tornarão essa visão de futuro real e com sucesso.

4. CONCLUSÃO

É desafiador conduzir uma empresa em ambientes dinâmicos, pois há mudanças nos ambientes políticos, econômicos, setoriais e tecnológicos. A administração estratégica é essencial para uma atuação eficaz, garantindo a sobrevivência e sucesso da empresa, por meio de decisões e ações administrativas que vão orientando os passos rumo aos resultados almejados, com sentido, com determinação e com aprendizado.

O empreendedorismo, ato de empreender, ou seja, fazer algo novo e diferente dentro de um mercado, de uma empresa ou para a sociedade, nos permitiu a criação e inovação com a abertura do escritório contábil online, oferecendo novas oportunidades e serviços de qualidade, praticidade e com velocidade que serão disponibilizadas em nossa plataforma digital.

O ponto de partida para definir a configuração organizacional é a estratégia, que é o conjunto atual de planos, decisões e objetivos adotados para alcançar as metas da organização.

REFERÊNCIAS

BARSSALOBRE, Amanda. Disponível em <<https://aberturasimples.com.br/analise-de-concorrenca-no-mercado-contabil/>>. Acesso em 10 jun 2019.

BLOG CEFIS. Disponível em <<https://blog.cefis.com.br/7-estrategias-essenciais-para-gestao-de-escritorio-contabil/>>. Acesso em 10 de jun. 2019.

CONTA AZUL. Disponível em <<https://contadores.contaazul.com/blog/como-montar-um-escritorio-de-contabilidade-online>>. Acesso em 20 jun 2019.

CONUBE. Disponível em <<https://conube.com.br/blog/o-que-e-contabilidade-online/>>. Acesso em 10 jun 2019.

DICIONÁRIO FINANCEIRO. Disponível em <<https://www.dicionariofinanceiro.com/empreendedorismo/>>. Acesso em 27 de mai. 2019.

DOMÍNIO SISTEMAS. Disponível <<https://www.dominiosistemas.com.br/blog/como-fazer-o-planejamento-estrategico-do-escritorio-contabil/>>. Acesso em 06 de jun. 2019

DURATEX. Disponível <<http://www.duratex.com.br/RAO/2008/port/missao.html>> Acesso em 09 maio 2019.

EQUIPE QIPU. Disponível em <<https://www.qipu.com.br/blog/o-que-e-contabilidade-online/>>. Acesso em 20 jun 2019.

JORNAL CONTÁBIL. Disponível em <<https://www.jornalcontabil.com.br/contabilidade-online-veja-como-funciona-esse-servico>>. Acesso em 10 jun 2019.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas / Djalma de Pinho Rebouças de Oliveira. – 34. ed. – São Paulo: Atlas, 2018.

PIZE, Adilson. Planejamento Estratégico e Alinhamento Estratégico de Projetos.

PORTAL EDUCAÇÃO. Disponível em <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/o-que-e-administracaoestrategica/31997>>. Acesso em 13 jun. 2019.

PORTAL SEBRAE. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-estrategica,44af6d461e d47510VgnV CM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 25 mai. 2019.

SITEWARE. Disponível em <<https://www.siteware.com.br/metodologias/analise-das-5-forcas-de-porter/>>. Acesso em 06 de jun. 2019.