



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO, GESTÃO COMERCIAL E GESTÃO
DE RECURSOS HUMANOS**

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

MOONLIGHT PAPELARIA LTDA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO, GESTÃO COMERCIAL E GESTÃO
DE RECURSOS HUMANOS**

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

MOONLIGHT PAPELARIA LTDA

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

AGATHA F. CESCONE, RA 1012022201440

ANA CLARA AZEVEDO, RA 1012022200108

RENATA C. N. DE OLIVEIRA, RA

1012022201077

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	8
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	10
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	10
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	11
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	12
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	20
4. CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS	24
ANEXOS	26
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	27

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi elaborado pelo grupo de estudantes Unifeob, solicitado pelos professores de Gestão Empreendedora e de Administração Estratégica. Nele utilizamos como base estudos e leituras dos materiais disponibilizados e conhecimentos adquiridos sobre perfil do empreendedor, fontes de capital, proposta de um novo orçamento, estratégia empresarial, missão, visão e valores para o novo negócio e colocar um todo sobre a Moonlight Papelaria LTDA.

O foco deste trabalho é criar e aplicar, por meio de aprendizados adquiridos nesse bimestre sobre gestão empreendedora e administração estratégica, um novo negócio. Junto a isso, ao término, será disponibilizado um material a fim de auxiliar o pensamento estratégico.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa criada para o referido trabalho foi a Moonlight Papelaria LTDA, por ser um ramo de constante utilização tanto para estudos quanto para organização no geral, abrangendo todas as faixas etárias de público.

A história do negócio começou em 2023, quando um grupo de estudantes de uma faculdade decidiram inovar o ramo. Seu investimento inicial foi através de capital próprio proveniente de três sócias e teve como ideia inaugural a oferta de produtos de papelaria e organização de escritório, através de nossa loja virtual com preços acessíveis ao público.

O principal negócio da companhia é a venda de materiais de papelaria como cadernos, canetas, etc. Como diferencial a empresa possui a criação de planners personalizados, pois são ferramentas para a organização de rotinas pessoais, e como atualmente as redes e mídias sociais estão em constante evolução foi a maneira escolhida para a divulgação de nossos produtos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor assume um papel de risco ao investir em um novo negócio, porém se sua gestão for construída com bases sólidas, esse novo investimento terá mais chances de se tornar um negócio de sucesso. Analisando os diferentes aspectos de comércio existentes no mercado, constatamos que precisamos portar de algumas inovações, atualizando e diversificando os produtos a serem comercializados, agregando primeiramente valor ao mercado local.

Foi verificado que empresas que atuavam no ramo de papelaria personalizada, em especial a de planner para trabalho e estudo, não estavam atendendo as expectativas dos clientes. E com o pensamento voltado em suprir as necessidades para cada caso em específico, a empresa Moonlight Papelaria LTDA. entra no mercado não só modificando e enriquecendo produtos já existentes, como também, personalizando e desenvolvendo produtos específicos para cada situação, modernizando a forma de se organizar.

Focada em atender um público jovem que deseja novidades e ideias diversificadas, optamos por vender nossos produtos por meio de uma loja online, e toda a sua divulgação é feita através de redes sociais por ser uma ferramenta da atualidade, onde os clientes podem escolher e selecionar o que desejam apenas com um click, no conforto de suas casas.

Tornando o jeito com que se disponibiliza os produtos e inserindo criatividade na maneira de pensar, desenvolver e fazer, adequando e incluindo em artes, gostos e objetos, agregando valor sobre o produto.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O mundo dos negócios está em constante mudança, e com isso, é necessário que as pessoas que desejam permanecer nele estejam em desenvolvimento contínuo,

aprendendo e aprimorando seus conhecimentos através de cursos, workshop, palestras, pesquisas de mercado entre outras formas.

Na empresa foi adquirida as experiências e especializações iniciais conforme o decorrer das atividades administrativas, pois as empreendedoras são jovens mulheres, que buscam mais autonomia e qualidade de vida, pela adversidades contemporâneas, querem se reinventar unindo as atividades empresariais e suas vidas sociais, onde foram se aperfeiçoando através de cursos para atuar e saberem operar com os programas de designer e máquinas necessários para a produtos dos mesmos. Com habilidade e criatividade adquiridas é possível aprimorar seus produtos utilizando de diferentes tipos de recursos gráficos, papéis, adesivos para enriquecer os produtos.

Por consistir em uma comercialização de produtos que dispõem de tempo para serem confeccionados na gráfica, foi necessário ser colocado um prazo de confecção de até quinze dias, e a entrega conforme prazo e logística dos correios.

Por se tratar de produtos personalizados, incorporados com nome, frases do gosto de cada cliente e ainda a escolha de um tema feita em nosso site para transformar a experiência única de cada produto feito com todo carinho e cuidado para alcançar as expectativas dos nossos clientes, com isso foi elaborada uma política de venda, que se tornou eficiente para lidar com as diversas situações que diminuam a perda de tempo e trabalhos excessivos sem ganho adicional.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

O Plano de Negócio é uma ferramenta utilizada no mundo empresarial, o planejamento colabora para quem está iniciando uma empresa ou para quem quer expandir, ou para quem precisa de um capital de terceiro. Um planejamento financeiro faz parte dos objetivos e metas da empresa, e o valor a ser investido na empresa de capital inicial.

O capital possivelmente é um fundamento importante na construção de um novo negócio, sem ele nenhum empreendimento pode ser iniciado ou se sustentar ao longo

dos anos, e para quem deseja se tornar dono do próprio negócio esse assunto deve ser devidamente planejado e discutido.

A Moonlight Papelaria LTDA optou por investir através de capital próprio, recursos advindos de três investidores, sócias proprietárias do empreendimento que durante reuniões de análise de custos, realizaram uma prospecção de valores a serem gastos, com: custos dos equipamentos fixos, como aquisição de material de escritório, mobília para uso e a decoração do ambiente; Investimentos pré operacionais que são as reformas e documentação, registro da empresa; Capital de giro, dinheiro que é responsável pela manutenção da empresa, venda a prazo e fornecedores.

E todos os investimentos necessários para dar início ao projeto, totalizaram 84.000,00 conforme tabela 1, em comum acordo concordaram em iniciar investindo conforme possuíam. Dessa forma a empresa adotou cotas, onde cada quota equivale a R\$1,00. Todo esse processo foi firmado em contrato e autenticado. Abaixo podemos verificar na tabela 2, como ficou a distribuição de cotas.

Itens	Valores
Equipamentos	11.100,00
Decoração/ Mobília	6.000,00
Documentação	3.010,00
Estoque	25.000,00
Caixa	20.000,00
Marketing	5.000,00
Custos Fixos	11.290,00
Demais gastos	2.600,00

Tabela 1 - Custos iniciais do Projeto

Sócias	Valor Investimento	Quota	% de Participação
A	30.240,00	30.240	36%
B	28.560,00	28.560	34%

C	25.200,00	25.200	30%
---	-----------	--------	-----

Tabela 2: Tabela de cotas por sócio.

Em suma ficou firmado que nos três primeiros meses de abertura, 100% do lucro líquido da empresa será revertido para a empresa e quando a empresa já estiver estabilizada, os sócios assentiram que 40% do lucro líquido da empresa ficará para investimento e 60% entre os sócios conforme sua quota de participação. Essa porcentagem será analisada semestralmente e alterada conforme necessidade.

A empresa formulou um planejamento orçamentário, com o plano de negócio voltado a sobrevivência e manutenção da empresa com uma estratégia voltada para a realidade, foi estipulado um valor de lucro estimado em 25.000,00 reais nos primeiros seis meses, onde 11.300,00 voltam para pagar as contas fixas, 5.000,00 para o capital de giro e desenvolvimento e manutenção de novas mercadorias da empresa e 8.700,00 voltam para os investidores conforme quotas.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Nosso empreendimento, Moonlight Papelaria LTDA., oferecerá produtos através de nossa loja virtual, com preços acessíveis ao público com foco em papelaria de organização e escritório.

Para a loja online, investiremos R\$84.000,00; dividindo esse valor em gastos como mobília, reforma e adaptações nas instalações, produtos, equipamentos e tecnologia de gestão, taxas de abertura do negócio, pagamento de profissionais e capital de giro.

Implementando uma ideia inovadora em produtos de papelaria saindo da uniformidade de comprar, adquirir ou mesmo utilizar produtos que se tem disponíveis no mercado, com uma estratégia elaborada pelo marketing para a divulgação dos produtos, o plano de negócios foi colocado em prática.

Ao longo de utilizar da criatividade e habilidade adquiridas em interpretar e colocar diversos estilos e gosto de clientes, para que seja encontrada, maneiras e soluções de desenvolver novos produtos que agreguem valor e significado para o cada um, a empresa almeja em criar vínculos e comprometimento com os clientes.

Expandindo a margem para se ter lucro e por se tratar de planejadores e diversos outros produtos que são necessários durante o ano; o principal produto da Moonlight Papelaria LTDA., o planner, sempre tem lançamento anual, atualizado e com novas ferramentas de uso pessoal, feito através de pesquisa de mercado e satisfação de nossos clientes, sem contarmos que ainda existem datas comemorativas durante todo o ano que podem ser produzidos produtos para presentear quem desejamos, esta é uma das forma de vínculo estabelecida, que vai desde o atendendo até a chegada da encomenda aos clientes.

A loja terá uma equipe realizando a administração das redes sociais, onde iremos promover sorteios, descontos nos produtos e distribuição de mercadoria com valores abaixo de nossos concorrentes para atender o maior número de clientes e fidelizá-los.

Nosso maior comprometimento é que os clientes sintam-se satisfeitos com os nossos produtos e serviços, e que a experiência vá além das expectativas, tornando nossa marca referência de qualidade no mercado de papelaria personalizada.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é um conceito bastante abstrato. Segundo Alday (2022) estratégia pode ser explicada como “os planos da alta administração para alcançar resultados consistentes com a missão e os objetivos gerais da organização.”, ou seja, os objetivos de uma empresa dizem respeito ao que se quer alcançar e a estratégia é o modo utilizado para que esses objetivos sejam alcançados.

Existem várias abordagens e modelos de estratégias empresariais que assumem um papel imprescindível no sucesso e desenvolvimento de uma empresa. Dentre todas as existentes podemos destacar as mais famosas: liderança em custo, diferenciação, foco ou nicho e inovação.

A estratégia de **liderança em custo** propõe que a empresa ganhe vantagem pela oferta de produtos e serviços a preços mais baixos que as outras empresas. Segundo Porter (2004), essa estratégia conta com uma redução rigorosa de custos e despesas gerais, economias de escala, negociações com fornecedores e minimização de investimento em áreas como P & D, marketing, assistência, entre outros.

Porter (2004), sugere uma alternativa à liderança em custos, a **diferenciação**. A estratégia de diferenciação propõe que a empresa ganhe vantagem na singularidade dos seus produtos e serviços. Busca ser visto pelo seu nome, pelo design exclusivo, pela qualidade superior; busca ser lembrado e assim, ganhar lealdade.

Na estratégia **enfoque (nicho)** as empresas concentram seus esforços para atender um segmento específico de mercado de forma mais eficaz do que outras empresas com segmentos mais amplos.

Existe também a estratégia de **inovação**, que concentra-se em desenvolver e introduzir constantemente novos produtos e serviços. Nessa abordagem intensifica-se muito os investimentos em P & D, parcerias e uma cultura voltada para a criatividade.

As empresas podem adotar e combinar uma ou mais estratégias de acordo com o propósito geral e deve-se sempre revisar as estratégias e ajustá-las de acordo com as mudanças no ambiente de negócios.

Após a escolha de quais estratégias seguir é necessário um plano de acompanhamento por parte dos gestores. Kaplan e Norton (1992) propuseram a abordagem “Os indicadores Balanceados de Desempenho (Balanced Scorecard)”, onde são considerados indicadores financeiros, de clientes, processos internos e crescimento. Essa abordagem faz com que as empresas consigam identificar e monitorar indicadores-chaves, transformando-os em ações possíveis. Desse modo, é possível avaliar o desempenho atual da empresa, identificar lacunas e direcionar a ação mais favorável em prol da melhora de todas as áreas críticas.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A definição da missão de uma empresa pode ser considerada como sua "razão de existir". Segundo Comin (2012), a **missão** desempenha um papel central no contexto organizacional, pois proporciona uma direção clara para a atuação da empresa, garantindo coerência e alinhamento com os objetivos estabelecidos. Por outro lado, a **visão** pode ser compreendida como uma meta a ser alcançada, que orienta o trabalho de todos os cargos e níveis da organização. Representa o horizonte a ser perseguido, independentemente de ser uma perspectiva subjetiva ou objetiva. Por fim, os **valores** da empresa são fundamentais para estabelecer a base do seu funcionamento. Nesse sentido, são essenciais algumas perguntas-chave para compreender essa base conceitual, como: quais aspectos são considerados importantes? Quais princípios norteiam as ações da empresa? Com base em quais valores o trabalho é fundamentado? Esses elementos são fundamentais para estabelecer uma cultura organizacional sólida e alinhada com os objetivos estratégicos da empresa.

Como exemplo de uma empresa real, podemos considerar a Kalunga, uma grande rede varejista do ramo de papelaria. A missão da Kalunga é oferecer produtos de qualidade no ramo da papelaria, escritório e informática, com excelência no atendimento e variedade de produtos, visando facilitar o dia a dia de seus clientes. A visão da empresa é ser reconhecida como a melhor opção em compras no segmento de papelaria e materiais para escritório, estabelecendo uma relação de confiança e fidelidade com seus clientes. Quanto aos valores, a Kalunga se baseia em princípios como integridade, união, eficiência e iniciativa e pró-atividade, buscando sempre a satisfação do cliente e a melhoria contínua de seus processos (Kalunga, 2021).

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A missão da Moonlight Papelaria LTDA é fornecer aos clientes produtos de papelaria personalizados, com foco especial nos planners, que são ferramentas essenciais para a organização da rotina das pessoas. A empresa busca oferecer aos clientes uma experiência única, combinando a estética e a funcionalidade dos produtos, inspirada pelas referências asiáticas muito presentes no bairro da Liberdade em São Paulo. Acredita-se que a organização pessoal é fundamental para o bem-estar e o sucesso dos indivíduos, e o objetivo é facilitar esse processo por meio de planners personalizados, que podem ser criados de acordo com o gosto e as necessidades de cada cliente ou escolhidos entre as opções pré-criadas pelo time criativo.

A empresa se destaca por seus valores fundamentais de respeito, solidariedade e empatia, buscando cultivar um ambiente de trabalho harmonioso e acolhedor, onde todos os colaboradores sejam valorizados e respeitados, e onde possa desenvolver relacionamentos sólidos com clientes, fornecedores e parceiros comerciais.

A visão da Moonlight Papelaria LTDA é se tornar uma referência no mercado de papelaria personalizada, reconhecida pela qualidade e originalidade de seus produtos. Deseja ser a primeira escolha dos clientes que buscam planners e outros itens de papelaria personalizados, oferecendo um catálogo diversificado e inovador. A empresa

busca constantemente aprimorar seus processos e produtos, investindo em tecnologia e design para proporcionar uma experiência única aos clientes. Além disso, vislumbra expandir sua atuação além do mercado local, buscando alcançar um público mais amplo e diversificado, conquistando reconhecimento nacional e internacional como uma marca de excelência e criatividade. Com essa visão, a Moonlight Papelaria LTDA pretende impactar positivamente a vida das pessoas, promovendo a organização, a produtividade e o bem-estar por meio de seus produtos personalizados.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

- **Tópico 1:** Autoconhecimento: eu, caçador de mim

É no processo do autoconhecimento que conseguimos definir a nossa missão de vida, o nosso propósito. A definição do propósito de vida deve passar por um exercício de autoanálise.

Uma técnica de planejamento estratégico que podemos utilizar para a autoanálise é a Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), ou em inglês SWOT. Com essa técnica realizamos uma análise a partir de duas perspectivas sobre nós: uma externa analisando as potencialidades e condições que podem nos influenciar de forma positiva ou negativa, e uma interna analisamos as capacidades e aptidões que podem ajudar ou limitar o alcance de nosso propósito.

- Forças: Podem ser nossos conhecimentos, habilidades e atitudes. A combinação desses elementos podemos chamar de competências do profissional
- Oportunidade: uma vaga de trabalho em que nossas competências atendam o perfil da vaga, a chance de empreender um negócio, a atuação em uma nova área na profissão.
- Fraqueza: é uma análise da perspectiva interna da pessoa, para que tenhamos consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras que vão de encontro ao nosso propósito profissional, temos de compreender e visualizá-las como oportunidades de melhoria. Como por exemplo: resistência em realizar trabalhos colaborativamente, falta de proficiência na utilização de aplicativos, etc.

- Ameaças: situações externas que representam barreiras para o nosso propósito e objetivos, uma vez que não temos controle sobre elas. Exemplo: alterações de legislação que regem uma profissão, novas profissões na área, etc.

- **Tópico 2:** Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve

Nossos objetivos e planos devem ser organizados por meio de um planejamento claro, objetivo e viável, alinhado com nosso propósito de vida. Uma possibilidade é desenvolver o planejamento trilhando o seguinte caminho:



Brainstorming ou tempestade de ideias, pode ser realizado individualmente, ou em grupo. Existem orientações básicas como: quanto maior o número de ideias, melhor; as críticas ficam de fora; quanto mais criativa e inusitada a ideia, melhor, etc.

O refinamento de ideias e tomada de decisão são técnicas que aplicamos o tempo todo em nossa vida. Uma boa técnica é o funil de ideias, uma análise gerada a partir de três momentos:



A diferenciação na carreira pode acontecer por meio de dois tipos básico de habilidades: Hard skills (habilidades ou conhecimentos técnicos que podem ser adquiridos por meio de cursos ou por meio de experiência.) e Soft skills (habilidades comportamentais e interpessoais, ou seja, habilidades associadas com a forma como nos relacionamos e nos portamos frente às outras pessoas.

Objetivos: Têm uma posição mais estratégica, de longo prazo, servindo de direcionadores do nosso planejamento. Metas: Apresentam uma posição mais tática, de curto e médio prazos. Devemos visualizar os objetivos como aspirações na nossa vida e as metas nos auxiliam a avaliar se estamos caminhando na direção desejada.

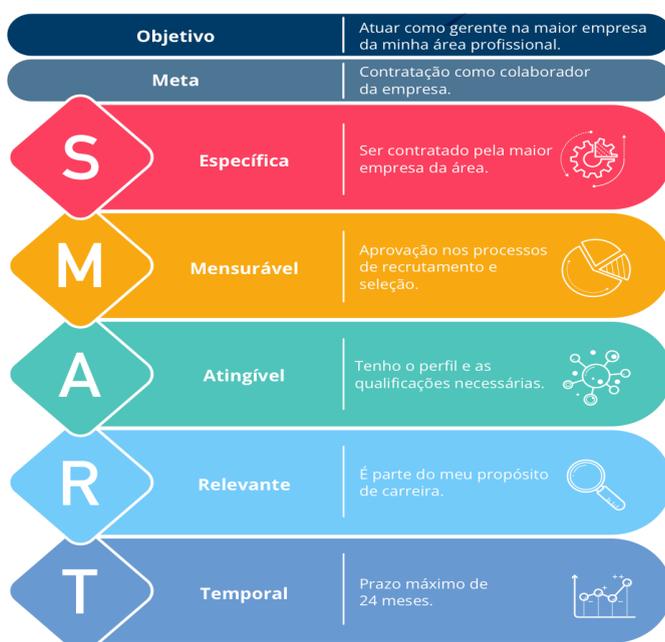
Modelo de negócio canvas: Por meio dele, é possível conseguir ter uma visão ampla de todos os personagens e recursos que estarão envolvidos no projeto.

Ordem	Etapa do Canvas	Pergunta-base	Exemplo
1	Quem você pretende ajudar? (<i>Costumers</i>)	Quem é seu cliente ou empresa na qual você pretende atuar?	Estudantes universitários.
2	Como você pode contribuir? (<i>Value provided</i>)	Qual é a sua proposta de valor? Como você pode ajudar com suas competências?	Fornecer livros didáticos e soluções educacionais a preço acessível.
3	Como os clientes ou empresas chegam até você? (<i>Channels</i>)	Como eles chegam até o serviço ou produto que você oferece?	Loja virtual, <i>delivery</i> ou loja física.
4	Como você interage com o cliente? (<i>Customer relationships</i>)	Como você se relaciona e interage com esse cliente ou empresa?	Redes sociais, e-mail, telefone.

5	O que você ganha? <i>(Revenue and benefits)</i>	Como e quais serão as fontes geradoras de renda e recursos financeiros oriundos dessas relações?	Venda dos livros e das soluções educacionais.
6	Quem é você? <i>(Key resources)</i>	Quais competências e recursos você tem para viabilizar a proposta de valor?	Tenho uma biblioteca virtual e uma livraria física. Formação na área.
7	O que você faz? <i>(Key activities)</i>	Que atividades você precisa realizar para entregar o que se propõe?	Disponibilizar materiais e livros didáticos para os alunos. Realizar a entrega dos materiais vendidos fisicamente ou virtualmente.
8	Quem pode ajudar você? <i>(Key partner)</i>	Quais são os parceiros que podem apoiar esses objetivos?	Escolas e universidades parceiras. Associações estudantis.
9	O que você oferece em troca? <i>(Costs)</i>	Qual é o custo financeiro, emocional e de tempo que terei para entregar minha proposta de valor?	Custo de aquisição do material. Custos e despesas de manutenção do negócio. Despesas com colaboradores.

- **Tópico 3:** Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração

Para que a meta seja clara, acessível e colaborativa ela precisa ser SMART, isso se aplica a vários projetos que possamos ter como prioritários na nossa vida. De curto ou longo prazo. De maior ou menor complexidade. Ou seja:



PDCA: auxilia na execução dos nossos planos e projetos, se desejamos melhorar continuamente a trajetória. Planejamento, para identificar as demandas e estabelecer as

ações a serem realizadas. Do, fazer ou executar plano preparado na etapa anterior. Checar, verificar ou monitorar os resultados do que foi executado. Ação, quando os resultados são incorporados à aprendizagem ou novas ações são estabelecidas

Cinco forças de Porter: a é utilizada para mapear a atratividade e o nível de concorrência de um setor.

Força de Porter	Características
<i>Rivalidade entre concorrentes</i>	É o elemento central. Precisamos analisar qual é o nível de concorrência na área de atuação e se é difícil ingressar nessa carreira, pois quanto maior a rivalidade, mais difícil é ingressar e de ter êxito. Um comportamento que mostra uma forte relação é a capacidade de resiliência que apresentamos diante das situações enfrentadas.
<i>Poder de negociação dos fornecedores</i>	Nossos fornecedores são instituições, pessoas ou empresas que viabilizam o desenvolvimento de nossas competências, nossos produtos ou serviços. Quanto mais dependentes somos de um fornecedor, maior é o poder de negociação e influência dele sobre nós. Então, saiba quem são os seus fornecedores, porque o autoconhecimento fará toda diferença para saber quais são os limites a serem atingidos.
<i>Poder de negociação dos clientes</i>	Os clientes são as pessoas ou empresas para as quais nós entregamos nossa proposta de valor, seja por meio de um serviço ou produto. Quanto maior o número de clientes, maior será a capacidade deles de fazerem escolhas e exigências frente ao que lhes é entregue, impactando a percepção de valor.
<i>Ameaça de novos entrantes</i>	São novos profissionais no ramo, ou pretendentes a ele, que podem dificultar nossa ascensão na área de atuação devido à concorrência. É preciso observar se existem barreiras ou exigências que limitem o acesso à carreira escolhida. A experiência de vida é que vai trazer a segurança necessária para o enfrentamento da situação.
<i>Ameaça de produtos substitutos</i>	Substitutos são outros serviços ou profissões que também atendem às mesmas as necessidades de nossos clientes, mas de outra forma. Devemos conhecer quais são os serviços ou profissões que podem substituir os nossos. A capacitação e desenvolvimento constantes se tornam uma diferencial para o enfrentamento dessa ameaça.

Matriz BCG: é uma técnica que analisa o portfólio de produtos da empresa na ótica do ciclo de vida dos produtos, representa graficamente o crescimento do mercado em relação à participação relativa do produto nesse mercado. Estrela: são competências importantes agora e no futuro. Interrogação: são as competências que ainda não dominamos. Vaca leiteira: são competências que geram o seu fluxo de caixa financeiro atualmente. Cão: são competências que não possuímos ou dominamos, mas não merecem investimento.

- **Tópico 4:** Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado

Na área de Inteligência de Negócios, utilizam-se os indicadores que conhecemos como Key Performance Indicators (KPIs), que são indicadores que vamos definir para acompanhar a evolução das nossas atividades.

A Gestão do Conhecimento Pessoal (GCP) é definida como um processo individual e disciplinado pelo qual entendemos as informações, observações e ideias, focados em nosso autodesenvolvimento.

Outra ferramenta extremamente útil para que possamos traçar, executar e medir nossos objetivos são os Objectives and Key-Results (OKRs) ou Objetivos e Resultados-Chave, possibilitam a definição de metas colaborativas, que são desafiadoras e ambiciosas, têm resultados mensuráveis e são usadas por grupos e indivíduos.

O Balanced Scorecard (BSC) traduz a missão e a estratégia de um conjunto de medidas de desempenho, que devem ser visualizadas por meio de quatro perspectivas de uma empresa: financeira, do cliente, dos processos internos e do aprendizado e crescimento. É um forte aliado na construção do nosso propósito profissional.

Forecast (previsão): Refere-se à noção de previsão, que é a projeção do futuro com base em dados passados. Por meio de análises de dados, insights e experiências, faz previsões e responde a várias necessidades de negócios, balizadas em dados históricos.

Foresight (visão de futuro): Vincula-se aos termos predição (antecipar) e prospecção (olhar para o futuro), com os quais são estimados acontecimentos futuros. É olhar para o futuro e pensar sobre ele, de modo a modelar cenários e prescrever formas para as organizações agirem frente a ele.

Quando dispomos de indicadores alinhados aos nossos objetivos e metas, temos melhores condições de avaliar o quanto estamos fiéis ao nosso propósito.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA



Análise SWOT - Conceito

A análise SWOT é uma ferramenta amplamente utilizada para avaliar e planejar estratégias. Ela envolve a identificação de pontos fortes (Strengths), pontos fracos (Weaknesses), oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats).

Aqui, vamos explorar como aplicar esse conceito poderoso na vida de uma pessoa, com o objetivo de facilitar a clareza de objetivos a serem traçados.

PONTOS FORTES (S)	Destacamos os nossos principais pontos fortes, como habilidades, talentos, experiências ou conhecimentos. Esses pontos podem ser vantajosos para alcançar objetivos pessoais.
PONTOS FRACOS (W)	Analisamos as áreas em que precisamos de melhorias, como falta de habilidades específicas, comportamentos negativos ou limitações pessoais. Reconhecer esses pontos e encontrar maneiras de superá-los é importante.
OPORTUNIDADES (O)	Identificamos e aproveitamos as oportunidades disponíveis, descobrindo tendências, necessidades do mercado ou novas tecnologias. Estar atento às oportunidades pode ajudar a alcançar metas pessoais e profissionais.
AMEAÇAS (T)	Análise das ameaças ou obstáculos que podem surgir no nosso caminho. Incluindo competição, mudanças econômicas ou até mesmo inseguranças pessoais. É preciso estar preparado para enfrentá-las e desenvolver estratégias de mitigação.

Analise SWOT - Na pratica

Conheça a história de Camila, uma jovem empreendedora que utilizou a análise SWOT para direcionar sua vida profissional.



Pontos Fortes (S)

Camila começou identificando seus pontos fortes, como ser comunicativa, criativa e ter habilidades de liderança. Ela percebeu que esses atributos eram valiosos para se destacar no mercado.



Pontos Fracos (W)

Em relação aos pontos fracos, Camila reconheceu que precisava desenvolver habilidades técnicas específicas, como marketing digital. Ela se matriculou em cursos e buscou aprimorar essas competências.

Analise SWOT - Na pratica

Conheça a história de Camila, uma jovem empreendedora que utilizou a análise SWOT para direcionar sua vida profissional.



Oportunidades (O)

Ao explorar as oportunidades, Camila percebeu que o mercado de startups estava em ascensão e havia uma demanda por profissionais com conhecimentos em tecnologia. Ela decidiu aproveitar essa oportunidade e direcionar sua carreira para esse setor promissor.



Ameaças (T)

No entanto, Camila também identificou ameaças, como a alta concorrência e a instabilidade econômica. Para lidar com essas ameaças, ela buscou se diferenciar por meio da especialização em áreas específicas dentro do mercado de startups.



[Apresentação no Drive.](#)

4. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo criar e aplicar um novo negócio, a Moonlight Papelaria LTDA., utilizando os conceitos aprendidos nas disciplinas de Gestão Empreendedora e Administração Estratégica. O foco do empreendimento foi oferecer produtos de papelaria e organização de escritório por meio de uma loja virtual, com ênfase em planners personalizados e utilização de estratégias de marketing nas redes sociais.

A gestão empreendedora teve um papel fundamental no desenvolvimento do negócio, proporcionando uma visão clara de como reduzir os riscos e aumentar as chances de sucesso. Foi identificada a necessidade de inovação no mercado de papelaria personalizada, especialmente no segmento de planners, e a empresa buscou suprir essa demanda por meio de personalização e desenvolvimento de produtos específicos.

No que diz respeito às fontes de capital, a Moonlight Papelaria LTDA., optou por investir recursos próprios provenientes das três sócias. O plano de negócio contemplou os investimentos necessários, como equipamentos, decoração, documentação, estoque, marketing e custos fixos. A distribuição das cotas entre as sócias foi estabelecida em contrato, e ficou acordado que o lucro líquido seria reinvestido nos primeiros meses e, posteriormente, dividido entre as sócias.

No âmbito da administração estratégica, foram abordadas diferentes estratégias empresariais, como liderança em custo, diferenciação, foco ou nicho e inovação. A Moonlight Papelaria LTDA. optou por uma estratégia de diferenciação, buscando se destacar pela singularidade dos produtos e serviços oferecidos. A empresa também enfatizou a importância do acompanhamento e ajuste das estratégias de acordo com as mudanças do ambiente de negócios.

Em conclusão, o desenvolvimento e aplicação do novo negócio Moonlight Papelaria LTDA. demonstrou a aplicação dos conhecimentos adquiridos nas disciplinas de Gestão Empreendedora e Administração Estratégica. A empresa buscou inovar no mercado de papelaria personalizada, utilizando estratégias de diferenciação e aproveitando as oportunidades oferecidas pelas redes sociais.

REFERÊNCIAS

ALDAY, Hernan. Estratégia Competitiva. [S. l.: s. n.], 2002. Disponível em: https://books.google.com/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=6f-QrXk7VwoC&oi=fnd&pg=PA9&dq=estrat%C3%A9gia+empresarial&ots=-wxn8G2kVF&sig=qaSWNZA-i2JHl-oxEZoZMDJfSK8. Acesso em: 29 maio 2023.

ATA DA REUNIÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO. São Paulo, 7 mar. 2021. Disponível em: <https://ri.kalunga.com.br/files/Ata-da-Reuniao-do-Conselho-deAdministracao-realizada-em-07-de-Marco-de-2021.pdf>. Acesso em: 29 maio 2023.

BELO, Fernanda. 6 dicas para fazer planner para vender e lucrar. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-fazer-planner-para-vender/>. Acesso em: 25 maio 2023.

CAMARGO, Robson. Kaplan e Norton: Conheça as mentes brilhantes da gestão. São Paulo, 18 fev. 2020. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/Kaplan-e-Norton>. Acesso em: 29 maio 2023.

COMO MONTAR uma papelaria. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-papelaria>. Acesso em: 28 maio 2023.

OURO-SALIM, Omar; SANTANA, Karine. ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO E MODOS DE GESTÃO DA PESQUISA EMPRESARIAL. SIENPRO, Goias, p. 1-9, 28 ago. 2022. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1012/o/ESTRAT%C3%89GIAS_DE_INOVA%C3%87%C3%83O_E_MODOS_DE_GEST%C3%83O_DA_PESQUISA_EMPRESARIA_L.pdf?1536010830. Acesso em: 29 maio 2023.

PAPELARIA virtual: como montar uma papelaria online em 10 passos. [S. l.], 1 fev. 2023. Disponível em: <https://pagar.me/blog/como-montar-uma-papelaria-online/>. Acesso em: 24 maio 2023.

PORTER, Michael. Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7. ed. rev. RJ: Elsevier Editora LTDA, 2004. 400 p. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Estrat%C3%A9gia_Competitiva_T%C3%A9

nicas_Para_A/SxvCKIh706gC?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=diferencia%C3%A7%C3%A3o+porter&printsec=frontcover. Acesso em: 29 maio 2023.

ROVINA, Jackson. O que é Estratégia Competitiva e qual é a sua organização. [S. l.], 23 out. 2018. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2018/10/estrategia-competitiva/>. Acesso em: 29 maio 2023.

SCORSOLINI-COMIN, Fabio. Missão, Visão e Valores como Marcas do Discurso nas Organizações de Trabalho. Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Minas Gerais, p. 1-9, 1 jul. 2010. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistapsico/article/view/8055/8233>. Acesso em: 29 maio 2023.

Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio. [S. l.], 5 dez. 2013. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio>. Acesso em: 28 maio 2023.

ANEXOS

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Projeto Integrado - Administração empresarial e Gestão estratégica
CURSO: Gestão comercial
MÓDULO: Administração empresarial e Gestão estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. Danilo Morais Doval e PROF. Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: AGATHA FERREIRA CESCION
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: O projeto teve como meta levar os alunos a sintetizar os temas do semestre - Gestão Empreendedora e Administração Estratégica - em um trabalho. Para isso, a equipe produziu um documento informativo abordando cada um desses assuntos.
Desafio: Criar do zero uma empresa em todos os sentidos do projeto, como fonte de capital, estratégia da empresa, missão, visão e valores e os produtos.
Cronograma das Ações: A fim de cumprir o prazo estabelecido para a entrega do trabalho, dividimos os tópicos entre nós e definimos uma data limite anterior à data de envio final, para que todas as partes estivessem prontas com pelo menos uma semana de antecedência. Isso nos permitiu ter tempo suficiente para revisar o trabalho e corrigir possíveis erros.
Síntese das Ações: Para facilitar a comunicação sobre a criação da empresa, a divisão das tarefas do trabalho, solicitação de opiniões e ajuda e discussões sobre o projeto, criamos um grupo de troca de mensagens. Essa ação se mostrou bastante útil no desenvolvimento do trabalho.
<p>a. Aspectos positivos: Ao ler e escrever sobre os tópicos relacionados ao módulo em que estamos estudando, estamos ao mesmo tempo aprofundando nosso conhecimento e concluindo o trabalho proposto. É benéfica especialmente para aqueles que têm pouco tempo disponível durante o dia. Afinal, podemos aproveitar o tempo dedicado ao projeto para estudar o conteúdo que será cobrado na prova.</p>
<p>b. Dificuldades encontradas: Criar uma empresa do zero.</p>

c. Resultados atingidos: Conclusão do trabalho dentro do prazo estipulado.

d. Sugestões / Outras observações: N/A

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022201440	NOME AGATHA F. CESCO
RA 1012022200108	NOME ANA CLARA AZEVEDO
RA 1012022201077	NOME RENATA C. N. DE OLIVEIRA

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado - Administração empresarial e Gestão estratégica

CURSO: Gestão de Recursos Humanos

MÓDULO: Administração empresarial e Gestão estratégica

PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. Danilo Moraes Doval e PROF. Luiz Fernando Pancine

ESTUDANTE: ANA CLARA FERNANDES DE AZEVEDO

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto teve como meta levar os alunos a sintetizar os temas do semestre - Gestão Empreendedora e Administração Estratégica - em um trabalho. Para isso, a equipe produziu um documento informativo abordando cada um desses assuntos.

Desafio: Criar do zero uma empresa em todos os sentidos do projeto, como fonte de capital, estratégia da empresa, missão, visão e valores e os produtos.

Cronograma das Ações: A fim de cumprir o prazo estabelecido para a entrega do trabalho, dividimos os tópicos entre nós e definimos uma data limite anterior à data de envio final, para que todas as partes estivessem prontas com pelo menos uma semana de antecedência. Isso nos permitiu ter tempo suficiente para revisar o trabalho e corrigir possíveis erros.

Síntese das Ações: Para facilitar a comunicação sobre a criação da empresa, a divisão das tarefas do trabalho, solicitação de opiniões e ajuda e discussões sobre o projeto, criamos um grupo de troca de mensagens. Essa ação se mostrou bastante útil no desenvolvimento do trabalho.

e. Aspectos positivos: Ao ler e escrever sobre os tópicos relacionados ao módulo em que estamos estudando, estamos ao mesmo tempo aprofundando nosso conhecimento e concluindo o trabalho proposto. É benéfica especialmente para aqueles que têm pouco tempo disponível durante o dia. Afinal, podemos aproveitar o tempo dedicado ao projeto para estudar o conteúdo que será cobrado na prova.

f. Dificuldades encontradas: Criar uma empresa do zero.

g. Resultados atingidos: Conclusão do trabalho dentro do prazo estipulado.

h. Sugestões / Outras observações: N/A

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022201440	NOME AGATHA F. CESCO
RA 1012022200108	NOME ANA CLARA AZEVEDO
RA 1012022201077	NOME RENATA C. N. DE OLIVEIRA

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Projeto Integrado - Administração empresarial e Gestão estratégica
CURSO: Administração
MÓDULO: Administração empresarial e Gestão estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. Danilo Morais Doval e PROF. Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Renata Custodio Nonato de Oliveira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

8. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: O projeto teve como meta levar os alunos a sintetizar os temas do semestre - Gestão Empreendedora e Administração Estratégica - em um trabalho. Para isso, a equipe produziu um documento informativo abordando cada um desses assuntos.
Desafio: Criar do zero uma empresa em todos os sentidos do projeto, como fonte de capital, estratégia da empresa, missão, visão e valores e os produtos.
Cronograma das Ações: A fim de cumprir o prazo estabelecido para a entrega do trabalho, dividimos os tópicos entre nós e definimos uma data limite anterior à data de envio final, para que todas as partes estivessem prontas com pelo menos uma semana de antecedência. Isso nos permitiu ter tempo suficiente para revisar o trabalho e corrigir possíveis erros.
Síntese das Ações: Para facilitar a comunicação sobre a criação da empresa, a divisão das tarefas do trabalho, solicitação de opiniões e ajuda e discussões sobre o projeto, criamos um grupo de troca de mensagens. Essa ação se mostrou bastante útil no desenvolvimento do trabalho.
i. Aspectos positivos: Ao ler e escrever sobre os tópicos relacionados ao módulo em que estamos estudando, estamos ao mesmo tempo aprofundando nosso conhecimento e concluindo o trabalho proposto. É benéfica especialmente para aqueles que têm pouco tempo disponível durante o dia. Afinal, podemos aproveitar o tempo dedicado ao projeto para estudar o conteúdo que será cobrado na prova.
j. Dificuldades encontradas: Criar uma empresa do zero.

k. Resultados atingidos: Conclusão do trabalho dentro do prazo estipulado.

l. Sugestões / Outras observações: N/A

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022201440	NOME AGATHA F. CESCUN
RA 1012022200108	NOME ANA CLARA AZEVEDO
RA 1012022201077	NOME RENATA C. N. DE OLIVEIRA