



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
LEITE PIRAJI

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
LEITE PIRAJI

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Lucas dos Santos Batista de Oliveira, RA 1012023200134

Mikaelly Luisa da Cruz Monteiro, RA 1012023100087

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

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	9
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	10
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	11
4. CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	15
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	16

1. INTRODUÇÃO

A cadeia produtiva do leite é uma das principais atividades econômicas do Brasil, com forte efeito na geração de emprego e renda. Presente em quase todos os municípios brasileiros, a produção de leite envolve mais de um milhão de produtores no campo, além de gerar outros milhões de empregos nos demais segmentos da cadeia.

A chave para a conquista de uma relação duradoura em mercados competitivos exige organizações adaptadas a fim de atender as demandas e compreender os desejos de seus consumidores. A indústria agroalimentar cada dia ocupa um papel importante no mercado brasileiro, pois exerce um papel fundamental para o consumidor por fornecer um produto de qualidade, com facilidade de processamento, durabilidade do produto, padronização, normas sanitárias, preços estáveis e outros, com idoneidade definida pela marca.

O laticínio tem a característica de um setor menos dinâmico, o que torna essencial o acompanhamento das mudanças entre a relação formada pelo seu canal de distribuição - o varejo, que tem como função principal o papel de reduzir a distância até o consumidor final, por meio da venda na menor unidade possível, em local conveniente, no tempo desejado e na melhor armazenagem possível.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Proporcionar uma vida mais leve e saudável ao consumidor é o que move a Leite Piraji, desde sua fundação, a produzir alimentos mais saudáveis e diferenciados, de qualidade. Localizada em uma fazenda, São Roque de Minas em Serra da Canastra, a empresa desenvolve, contradição desde 1965, produtos inovadores e de altíssima qualidade. São iogurtes, queijos frescos e maturados, requeijão e creme de leite, que se destacam pelo sabor e pela leveza, por conciliarem em sua produção processos modernos com técnicas artesanais de fabricação de alimentos. Uma história de sucesso construída com uma mistura de tradição, tecnologias e crenças

A primeira empresa de Laticínios da família foi criada pelo Senhor João Batista Gomes, conhecido como Sr. Piraji, que começou entregando seus leites em porta em porta em uma carroça, de 1965 até 1970, sua esposa Luisa Verissimo Grilli Gomes fazia queijos com o resto de leite que sobrava para sua família, em 1970 esse queijo começou a ser comercializado para os clientes da linha de entrega do leite, com alta aceitação logo o queijo começou a ser conhecido na região. Em 1973 seu filho Marcio Alexandre Gomes cursou Tecnologia de Laticínios e Engenharia de Alimentos. Em 1990, ao se render pela tradição familiar, criou um centro de referência em tecnologia de laticínios para produzir derivados lácteos diferenciados e desenvolver consultorias para clientes de todo Brasil: nascendo então o Leite Piraji.

Os primeiros produtos desenvolvidos na fábrica foram das linhas diet e light, seguindo uma demanda de mercado que pedia por produtos mais saudáveis. Em 2004, a Leite Piraji saiu do ramo de consultoria e passou a se dedicar exclusivamente a produtos próprios. Já consolidada no mercado diet e light, a equipe Leite Piraji começou a pesquisar sobre os produtos sem lactose, até então inexistentes no mercado brasileiro. Em 2011, a empresa lançou o primeiro Iogurte sem Lactose a base de leite do país, criando a linha Lacc, grande responsável pelo crescimento da Leite Piraji. Com a

conquista do mercado e o retorno positivo dos consumidores, a empresa resolveu ampliar a linha Lacc, lançando novos produtos, como: Queijo Cottage, Queijo Minas Padrão, Coalhada e outros três sabores de iogurtes, caindo no gosto dos intolerantes à lactose, já que pela primeira vez puderam comer derivados do leite e não sentir desconfortos causados pela lactose, e também daqueles que buscam uma alimentação mais saudável, uma vez que todos os produtos são direcionados para as pessoas que tenham o conceito de saudabilidade.

3. PROJETO INTEGRADO

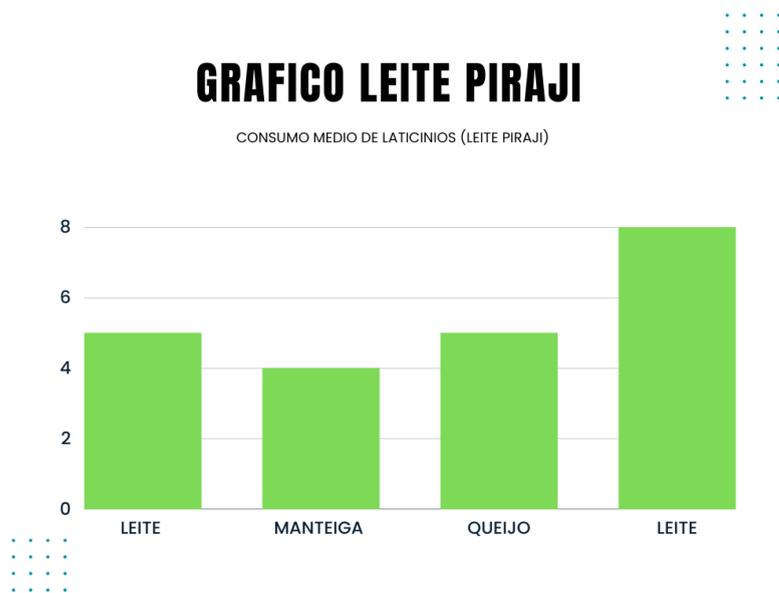
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Com foco em inovação, a Leite Piraji investiu pesado em 2020 e vai continuar investindo em 2023, tanto na ampliação da unidade fabril, quanto na capacitação dos funcionários. A demanda crescente por produtos mais saudáveis e a diversificação do mix e do mercado, além dos concorrentes entrantes, faz com que a Leite Piraji fique atenta às novas demandas para sempre estar um passo a frente e conseguir conquistar maior fatia de mercado.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Nosso empreendimento de comunicação é de grande importância para o setor, pois nós trabalhamos ações, as estratégias e ferramentas de comunicação de forma planejada e integrada, respeitando as características e peculiaridades de cada tipo de cliente. Além disso, as agências possuem uma equipe multidisciplinar formada por profissionais, relações públicas, publicidade, entre outros, o que as tornam um facilitador na gestão das estratégias, onde o gestor do setor deixa de lado as atividades operacionais para se preocupar mais com o estratégico.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL



3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Numa época em que fatores como preços competitivos, serviços de excelência, qualidade do produto e diferencial tecnológico não mais asseguram o sucesso empresarial, a marca surge como um fator que faz a diferença. E, como se trata do

maior patrimônio da organização, tornou-se fator preponderante na Comunicação e Marketing Estratégico de qualquer empresa. Trabalhamos para desenvolver o melhor para nossos clientes, sempre desenvolvendo e atualizando para ser melhor que nossos concorrentes, estamos investimos nossos resultados para criar novas e melhores oportunidades de vida para nossos colaboradores, parceiros e sociedade

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Analizamos detalhadamente todos nossos concorrentes, pontos fortes e fracos, para evitarmos perda de dinheiro, vamos cumprir todas as ordens de legislação.

Podemos também diminuir a perda de produtos para não dar erro no armazenamento da fazenda.

Nós como gestores, teremos a capacidade de motivar e liderar a nossa equipe, saber gerenciar os conflitos e ser proativos.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

As estratégias competitivas genéricas são posicionamentos possíveis que uma empresa pode adotar para se apresentar frente ao mercado. Esse posicionamento deverá ser explorado de tal forma que nele, a empresa consiga ter uma vantagem competitiva sustentável. A escolha em relação ao posicionamento a ser seguido, deve ser feita de forma a tentar alavancar o desempenho, pressionada pelas forças competitivas da indústria, conforme mencionado em seções anteriores. Esse posicionamento deve ser duradouro pois, caso oscile, pode confundir o cliente, além de não permitir que a organização se alinhe para focar em um tipo de operação

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão

Construir valores com produtos e serviços de qualidade, com foco nos clientes, nos colaboradores, no trabalho em equipe, visando sempre bons resultados e garantindo a sustentabilidade

Visão

Ser referência é sinônimo de excelência e qualidade na fabricação de laticínios de búfala, buscando atender as necessidades e expectativas de nossos clientes.

Valores:

- Eficiência;
- Responsabilidade Ambiental;
- Comprometimento com o Cliente;
- Apreço pelos Colaboradores;
- Responsabilidade Social;

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão:

Levar até os nossos clientes, uma diversidade de produtos, contemplando qualidade e sabor.

Visão:

Ser uma empresa reconhecida como referência em comercialização de produtos, visando sempre a qualidade dos produtos, satisfação e bom atendimento ao cliente.

Valores:

Qualidade: Trabalhar com produtos de extrema qualidade e sabores marcantes

Comprometimento: Construção de relações confiáveis e duradouras com todos os nossos clientes e fornecedores.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Está disponível para os estudantes no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), como parte do Programa de Desenvolvimento de Aprendizagem (PDA), o tema “Pensando Estrategicamente”.

Nesta parte do Projeto Integrado, os estudantes deverão realizar uma síntese dos 4 (quatro) tópicos deste tema, quais sejam:

- **Tópico 1** Para que a existência na sociedade seja algo racional e satisfatório para a própria pessoa, para se ter uma razão de se mover na vida aqui, é necessário ter metas e desafios que façam sentido, missões que reflitam a própria pessoa, mas para isso é necessário que a pessoa se conheça, e para um melhor autoconhecimento é apresentado o método FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) que é um planejamento estratégico para uma autoanálise, onde “Forças” são aquilo em que mais somos fortes, aquilo em que nós nos “garantimos”, “Oportunidades” são aquilo no mundo externo a nós que nos favorecem em nossas missões e planos, “Fraquezas” são aquilo que podem ser um obstáculo no nosso caminhar rumo ao objetivo, devemos observar no nosso interior e enxergar nossos medos e fraquezas para até mesmo, se possível, nos fortalecer com base nesse autorreconhecimento, “Ameaças” são as coisas que vem do externo e que podem nos ameaçar nessa caminhada rumo ao objetivo, como clima, tendências do mercado ou obstáculos físicos.
-
- **Tópico 2:** O planejamento é de grande importância para atingirmos nossas metas, para começarmos o planejamento é necessária uma discussão franca e aberta a novas ideias. Nesses Brainstorms precisamos estabelecer objetivos e

direções, além de estabelecermos nossa diferenciação no projeto, ou seja, como cada pessoa pode contribuir para no caminho para o objetivo final

-
- **Tópico 3:** A importância para organizar nossa caminhada rumo ao alvo é necessária e para isso temos várias ferramentas de organização de ação para nossa vida pessoal e profissional, são algumas: a técnica SMART (Específica, mensurável, Atingível, Relevante e Temporal), a Técnica PDCA, Matriz BCG e a Sigla 5W2H que são What?, where?, why?, who?, when? (Qual? Onde? Oque? Quem? E Quando?)
-
- **Tópico 4:** : Não podemos nos esquecer de sempre nos avaliarmos e avaliarmos nosso caminhar para ver se realmente estamos no caminho certo ou fazendo o que é o certo, para isso existem formas de nos avaliarmos com melhor eficácia: KPI é um indicador que usamos para acompanhar e corrigir nosso progresso. OKR que é uma lista de objetivos que devem ser cumpridos ao longo da vida. O planejamento é algo importante para a nossa vida pessoal e profissional, só com planejamento conseguiremos alcançar nossos objetivos.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA



4. CONCLUSÃO

O objetivo do nosso trabalho foi elaborar um modelo quase idêntico a uma empresa de laticínios, Poder colocar em prática todo o conhecimento técnico adquirido durante as aulas.

Ver tudo funcionando, conviver num ambiente profissional onde todos trabalham em busca de seus objetivos pessoais, para desenvolver a estratégia de uma empresa. Esse trabalho também poderá servir de base para outros projetos de produção mais limpa, buscando sempre alternativas que reduzam os impactos ambientais e melhorem a eficiência dos processos produtivos. Como sugestões para futuros trabalhos, pode-se citar aplicação da metodologia de produção mais limpa por um período mais longo. Enfim, a disseminação e a prática dessa metodologia oferecem oportunidades para que a melhoria ambiental possa andar junto com o benefício econômico. Também se mostra como uma estratégia eficiente no combate à degradação ambiental, uma vez que visa minimizar os impactos ambientais e sensibilizar a sociedade sobre ao melhor aproveitamento dos recursos existentes.

REFERÊNCIAS

<https://www.cptcursospresenciais.com.br/blog/gestao-de-laticinio/>

<https://www.serradacanastra.com.br/atracoes/serra-da-canastra>

<https://www.piracanjuba.com.br/>

<https://www.leitejussara.com.br/>

ANEXOS





RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de

autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: ATIVIDADES DE EXTENSÃO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves
ESTUDANTE: MIKAELLY LUISA DA CRUZ MONTEIRO
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Foi proposto pela dupla falar uma empresa de laticínios, e sobre suas qualidades de produtos derivados e não derivados do leite.
Desafio: Nosso maior desafio foi o tempo para desenvolver uma empresa.
Cronograma das Ações: Dividimos nossas tarefas para facilitar o trabalho
Síntese das Ações: Buscamos informações em uma das maiores redes de laticínios do Brasil (PIRACANJUBA)
a. Aspectos positivos
b. Dificuldades encontradas
c. Resultados atingidos
d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100134	NOME LUCAS DOS SANTOS BATISTA DE OLIVEIRA
RA 1012023100087	NOME MIKAELLY LUISA DA CRUZ MONTEIRO
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: ATIVIDADE DE EXTENSÃO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves
ESTUDANTE: LUCAS DOS SANTOS BATISTA DE OLIVEIRA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Foi proposto pela dupla falar uma empresa de laticínios, e sobre suas qualidades de produtos derivados e não derivados do leite
Desafio: Nosso maior desafio foi o tempo para desenvolver uma empresa..
Cronograma das Ações: Dividimos nossas tarefas para facilitar o trabalho

Síntese das Ações: Buscamos informações em uma das maiores redes de laticínios do Brasil (PIRACANJUBA)

e. Aspectos positivos

f. Dificuldades encontradas

g. Resultados atingidos

h. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100134	NOME LUCAS DOS SANTOS BATISTA DE OLIVEIRA
RA 1012023100087	NOME MIKAELLY LUISA DA CRUZ MONTEIRO
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

