



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
SABOR CASEIRO LTDA.

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
SABOR CASEIRO LTDA.

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Lavínia Piovan Moreira, RA 1012021200169

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	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
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	12
4. CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	15
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	18

1. INTRODUÇÃO

Vários aspectos precisam ser analisados quando se quer empreender, o novo negócio precisa de um bom planejamento desde o início para garantir que seu futuro seja positivo.

“Estratégia e planejamento são conceitos centrais para uma gestão de sucesso” (NOGUEIRA, 2015, p.5), é imprescindível que a organização possua objetivos e crie o planejamento para alcançá-los. Um bom gestor deve ser dono de boas habilidades e competências com a finalidade de coordenar e gerir o empreendimento verificando e fazendo as alterações necessárias.

Este projeto apresentará conceitos sobre empreendedorismo e administração estratégica, aplicando em uma nova empresa fictícia.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Restaurante Sabor Caseiro, atua no ramo alimentício com a proposta de oferecer uma culinária mais saudável e orgânica.

O negócio se localiza na Rua Sete de Setembro, número 686, no Centro de Ribeirão Preto-SP. Nesta área o restaurante possui diversos concorrentes, na qual apenas um se aproxima das mesmas opções que o restaurante sabor caseiro oferece.

O público alvo do restaurante são todas as pessoas que buscam uma vida mais saudável, livre de agrotóxicos, e não abrem mão daquele sabor especial de comida com temperos feitos em casa.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A abertura de um negócio requer a análise de vários fatores, desde onde saíra o montante para financiar e qual a melhor opção, até como será a maneira que este negócio será administrado e todas as outras estratégias que englobam essa criação.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Ser empreendedor traz consigo muitas responsabilidades e habilidades a serem desenvolvidas, para guiar o negócio a caminho do sucesso. Existem características importantes que os empreendedores precisam possuir.

Primeiramente, o empreendedor precisa ter visão e imaginar o futuro do negócio, acreditando nas suas ideias e seguindo com confiança. Observando o comportamento dos consumidores, posicionando frente a frente com os concorrentes, aprendendo e melhorando com os erros.

Otimismo, comprometimento, dedicação, capacidade de inovar, organização e planejamento fazem com que os empreendedores tenham conhecimento do que estão lidando e tomem boas decisões para administrar o negócio e torná-lo bem sucedido. (FABRETE, 2019).

O restaurante Sabor Caseiro, precisa de um empreendedor que entenda sobre culinária e todo processo que envolve até que os ingredientes cheguem ao restaurante, principalmente por se tratar de um negócio que utiliza frutas, legumes e verduras orgânicas, é preciso entender a demanda e administrar o fornecimento dos mesmos. É importante que seja comunicativo e carismático para lidar com os clientes, esteja

preparado para lidar com as dificuldades que podem aparecer, e tenha conhecimento do mercado que está inserido, gerando vantagens e ficando acima dos concorrentes.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para iniciar um empreendimento, é necessário que seja pensado pelo empreendedor e os sócios a fonte de capital, qual será o meio de viabilizar o novo negócio. As fontes de recursos são o capital próprio, empréstimos bancários, empréstimos familiares, subvenções governamentais e financiamentos.

Considerando que o prédio alugado em que o negócio ficará situado já esteja em perfeitas condições para o funcionamento do restaurante, será necessário comprar todos os móveis, eletrodomésticos, mesas, cadeiras, panelas, pratos, talheres, copos e afins.

O restaurante será uma sociedade limitada, composta por dois sócios. A fonte de capital utilizada será empréstimo bancário. O empréstimo será realizado no banco CAIXA, em uma parceria feita com o SEBRAE, chamada FAMPE (Fundo de Aval para as Micro e Pequenas Empresas). No valor de 75 mil, com taxas de juros de 1,99% ao mês, conforme tabela de linha de crédito para microempreendedores (Imagem 1).

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O novo empreendimento se trata de um restaurante, cujo nome fantasia é Sabor Caseiro (Logotipo na imagem 2).

A principal proposta deste empreendimento é que seja um restaurante que sirva alimentos com tempero de comida caseira e sejam especialmente ingredientes orgânicos, fornecidos por pequenos agricultores da região. Muitas pessoas estão se preocupando mais e mais com os alimentos que consomem, principalmente pela maioria dos alimentos naturais terem agrotóxicos e serem transgênicos. A partir dessa premissa,

a ideia é fazer com que essas pessoas tenham opção para ir a um restaurante de comidas saudáveis ou fazerem seu pedido por delivery.

O restaurante fica localizado na cidade de Ribeirão Preto-SP, na Rua Sete de Setembro, nº 686, no Centro. Um local que pelas redondezas estão muitos hospitais grandes que vão um grande número de pessoas de cidades vizinhas, o restaurante fica perto da praça Sete de Setembro, e um quarteirão ao lado da avenida Doutor Francisco Junqueira que possui bastante movimento.

Para a ambientação, a ideia é trazer a sensação aconchegante de estar em casa, um lugar tranquilo, bem ventilado e iluminado; na imagem 3 do anexo, se encontra uma inspiração de como será o interior do restaurante. É importante haver um investimento no marketing, através das redes sociais e panfletos para divulgar o novo negócio.

Quanto à concorrência, existem restaurantes por perto, mas nenhum com a mesma proposta oferecida pelo Sabor Caseiro, apenas um restaurante vegetariano que se encontra próximo do local do novo negócio, mas com o estudo sobre o mercado e os consumidores é possível criar vantagens sobre ele.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Organizações necessitam de uma administração estratégica para planejar e controlar suas atividades, é definida “como um processo contínuo e interativo que visa manter uma organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente.” (CERTO, PETER, 2005, p. 3).

Articulando estratégias é possível observar o futuro com mais clareza e ficar preparado. Os gestores a fazem, pois, traz os resultados para os clientes e stakeholders, os colaboradores também se sentem motivados seguindo um planejamento rumo a um objetivo.

A estratégia do restaurante Sabor Caseiro é utilizar os seus pontos fortes e oportunidades, fazer com que as fraquezas não sejam um empecilho, tentando melhorá-las, e se preparar estrategicamente a fim de lidar com as ameaças.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é imprescindível para a organização, ela é uma orientação, um caminho a ser seguido para ganhar vantagem competitiva a longo prazo em diversos cenários.

Segundo Certo e Peter a estratégia empresarial conta com um processo de administração (Imagem 4). Essas etapas se iniciam com a análise do cenário, refere-se ao estudo do ambiente interno e externo.

Tudo que se diz respeito à organização e onde ela possui total controle, se denomina ambiente interno e os consumidores, fornecedores, economia e a política se trata do mercado externo. É importante que a empresa reconheça seus pontos fortes e fracos, para realizar esse levantamento, as empresas utilizam da análise SWOT, realizando um panorama das forças (aspectos que irão ajudar a atingir objetivos),

oportunidades (aspectos externos que poderão atingir positivamente), fraquezas (aspectos que irão dificultar a alcançar os objetivos) e ameaças (aspectos negativos que podem atrapalhar). (DIAS, SILVA, BARBOSA; 2022).

A segunda etapa é o estabelecimento das diretrizes organizacionais, onde a empresa irá definir sua missão, visão, valores. Definir objetivos também faz parte desta etapa, para que a organização possua metas a serem alcançadas.

A terceira etapa é a formulação das estratégias, aqui será escolhido as estratégias para se destacar no mercado e quais serão utilizadas para alcançar os objetivos da empresa.

O próximo passo é a implementação dessas estratégias, nesta etapa tudo o que foi planejado será colocado em prática. A quinta etapa é o controle estratégico, os gestores devem acompanhar e analisar todo o processo, a fim de realizar alguma melhoria, expor a avaliação e a verificação dos resultados. (NOGUEIRA, 2015).

Aplicando a administração estratégica no restaurante Sabor Caseiro, foi elaborada a análise SWOT do negócio (Imagem 5).

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

O planejamento estratégico de uma empresa é composto por missão, visão e valores, nas quais auxiliam e norteiam as estratégias organizacionais, melhorando os resultados.

A missão de uma organização é a sua razão de ser, o propósito e o que ela tem a oferecer à sociedade. Visão é onde a empresa quer chegar, o futuro almejado no mercado, e por fim, valores é a identidade da empresa, seu caráter, na qual guiará a organização no crescimento seguindo sua missão rumo à visão estabelecida. (MACHADO, 2019).

As grandes empresas expandiram por terem definido essa etapa e continuaram seguindo esses elementos do planejamento estratégico, trazendo esses conceitos para a área das empresas alimentícias, observa-se que os grandes e famosos restaurantes tem como missão sempre aprimorar a qualidade dos cardápios e serviços prestados, e como consequência, a visão é expandir e tornar-se conhecido em várias outras regiões, e os valores que formam a identidade sempre voltados para a satisfação dos clientes.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Pesquisando e analisando o mercado de restaurantes, o novo negócio restaurante Sabor Caseiro adotará como missão: “Oferecer nutrição saudável através de pratos saborosos e de qualidade, com sabor de comida caseira em um ambiente tranquilo e aconchegante como um lar”.

Olhando para o futuro, a visão do restaurante será: “ Ser referência no setor alimentício, reconhecido como a melhor rede de restaurante de tempero caseiro, com ingredientes orgânicos e atendimento excepcional”.

Terá como valores:

- Respeito;
- Foco no cliente;
- Agilidade e qualidade;
- Responsabilidade ambiental;
- Inovação.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Sonhar e realizar esses sonhos é o que move cada um atrás de seus objetivos e metas, para isso é necessário planejar o caminho até lá. É a partir do autoconhecimento que será definido os propósitos que fazem sentido para vida, assim como as empresas fazem a análise SWOT, as pessoas também podem utilizar desse recurso para traçar a forças e fraquezas da própria vida pessoal.

O ambiente interno se torna a perspectiva interna, observar o que poderá ajudar ou limitar a busca pelo propósito. O ambiente externo é a perspectiva externa, é o que está à volta que poderá facilitar ou dificultar os objetivos a serem alcançados.

O planejamento pessoal e profissional pode ser feito em etapas, o primeiro é o brainstorming, são as ideias mais criativas que ajudarão na busca do propósito. Depois é o refinamento das ideias, filtrar quais serão mais viáveis, analisar as competências que formam a identidade profissional e traçar as metas e os objetivos.

A técnica SMART é uma boa opção para organizar nossos objetivos e metas, específica (S), mensurável (M), atingível (A), relevante (R), temporal (T). Ela serve para que se possa definir as prioridades, o prazo, se é mais simples ou não.

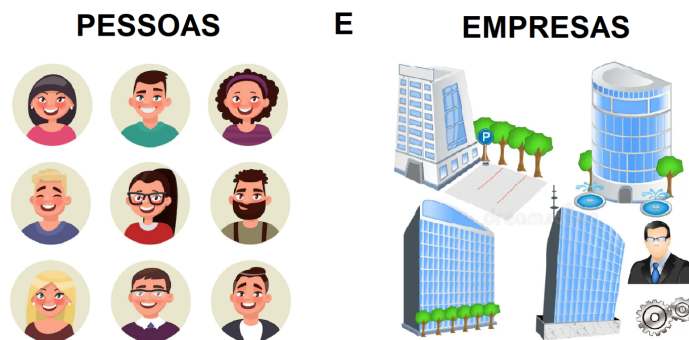
Há a metodologia PDCA, um plano de ação composto por planejamento (Plan), fazer (Do), checar (Check) e ação (Act). Esse planejamento serve para auxiliar a alcançar metas, adaptando e mudando se não der certo

A técnica OKR (objetivos e resultados-chaves) pode ser feita para ir realizando pequenos passos (resultados-chaves) a fim de conseguir alcançar um grande objetivo.

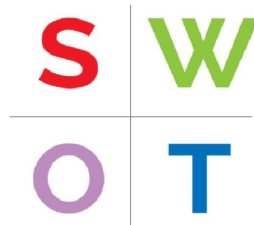
Essas e outras técnicas permitem que cada um faça o seu planejamento para ir em busca de seus sonhos, assim como as empresas.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Este banner apresenta como a matriz SWOT pode ser aplicada também na vida de uma pessoa.



**POSSUEM FORÇAS, FRAQUEZAS,
AMEAÇAS E OPORTUNIDADES.
A ANÁLISE SWOT É IDEAL PARA ORGANIZÁ-LAS**



**VALORIZAR AS FORÇAS, MELHORAR AS FRAQUEZAS,
LIDAR COM AS AMEAÇAS E APROVEITAR AS
OPORTUNIDADES PARA ALCANÇAR SONHOS.**

4. CONCLUSÃO

Administrar um novo negócio pode parecer um desafio no início, porém deve-se pensar em todos os elementos que compõem essa abertura de negócio, organizá-los e planejá-los estrategicamente, para que seja um negócio que dê resultados positivos.

Traçar objetivos e metas, construir uma identidade empresarial com bons valores, uma missão a ser seguida, e a visão a longo prazo, norteia a organização e facilita na definição do caminho a ser percorrido.

O conteúdo de formação para a vida mostrou que assim como as empresas, pode-se utilizar técnicas a fim de colocar os objetivos e sonhos de uma forma organizada e planejada para trilhar um caminho e alcançá-los.

REFERÊNCIAS

NOGUEIRA, C. **Planejamento estratégico**. São Paulo, Editora Pearson, 2015.

FABRETE, T. **Empreendedorismo**. 2ª Ed. São Paulo, Editora Pearson, 2019.

CERTO, S.; PETER, J. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. 2ª Ed. São Paulo, Editora Pearson, 2005.

DIAS, M.; SILVA, C.; BARBOSA, A. **Estratégia empresarial: as etapas do processo estratégico e o uso de ferramentas clássicas**, Editora Freitas Bastos, 2022.

MACHADO, B. **Planejamento estratégico**, Editora Soluções Educacionais Integradas, 2019.

Parceria CAIXA e SEBRAE. Disponível em <[Parceria CAIXA e SEBRAE](#)>
Acesso em: 09 jun. 2023.

ANEXOS

Imagem 1 - Tabela empréstimo CAIXA

Condições da Operação

Porte	Valor Máximo por CNPJ	Carência	Amortização após carência	Taxas de Juros
MEI	R\$ 12,5 mil	9 meses	24 meses	2,40% a.m
ME	R\$ 75 mil	12 meses	30 meses	1,99% a.m
EPP	R\$ 125 mil	12 meses	36 meses	1,89% a.m

(Fonte: Site banco Caixa).

Imagem 2 - Logotipo

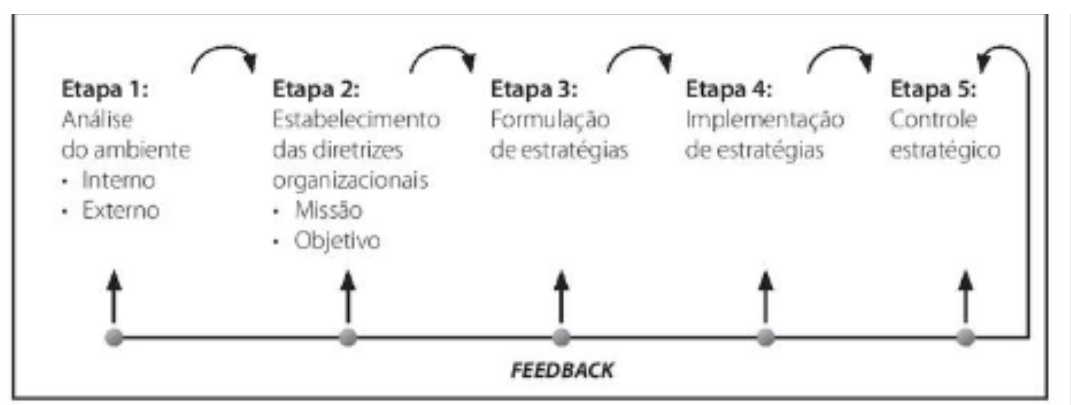


Imagem 3 - Inspiração do interior do restaurante



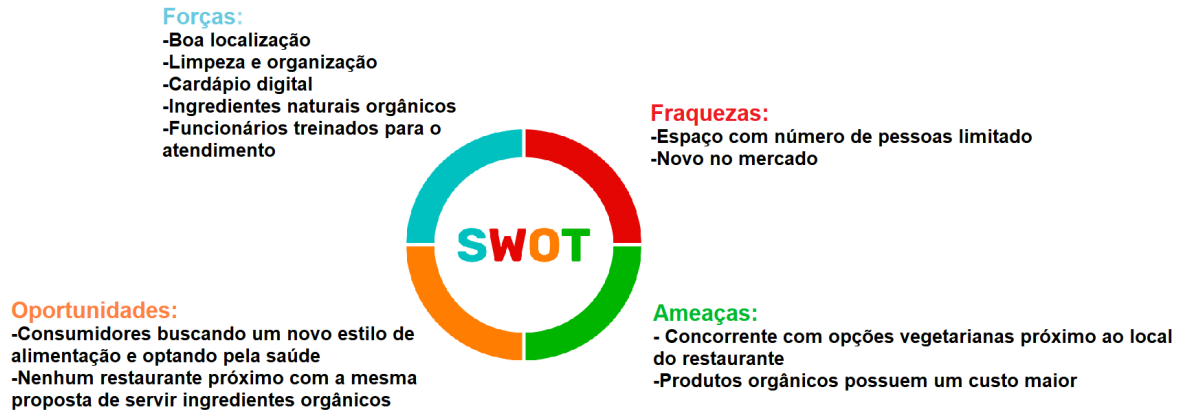
(Fonte: imagens Google).

Imagem 4 - Processos da administração estratégica



(Fonte: Certo e Peter, 2005, p. 8).

Imagem 5 - Análise SWOT do restaurante



RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE: Lavínia Piovan Moreira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Gestão empreendedora, administração estratégica e criação de um novo negócio.
Desafio:
Cronograma das Ações: De forma individual.
Síntese das Ações:
a. Aspectos positivos

b. Dificuldades encontradas

c. Resultados atingidos

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021200169	LAVÍNIA PIOVAN MOREIRA
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME