



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

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
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
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>13</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>14</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>15</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>18</b>

# 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.

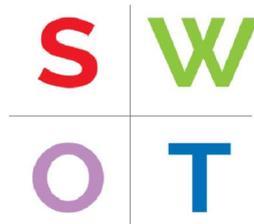
Essas e outras técnicas permitem que cada um faça o seu planejamento para ir em busca de seus sonhos, assim como as empresas.

### 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

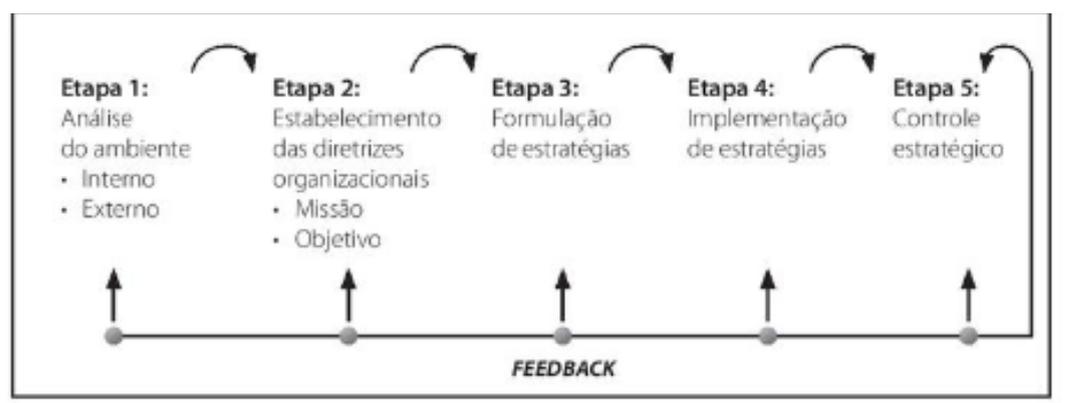


Imagem 3 - **Inspiração do interior do restaurante**



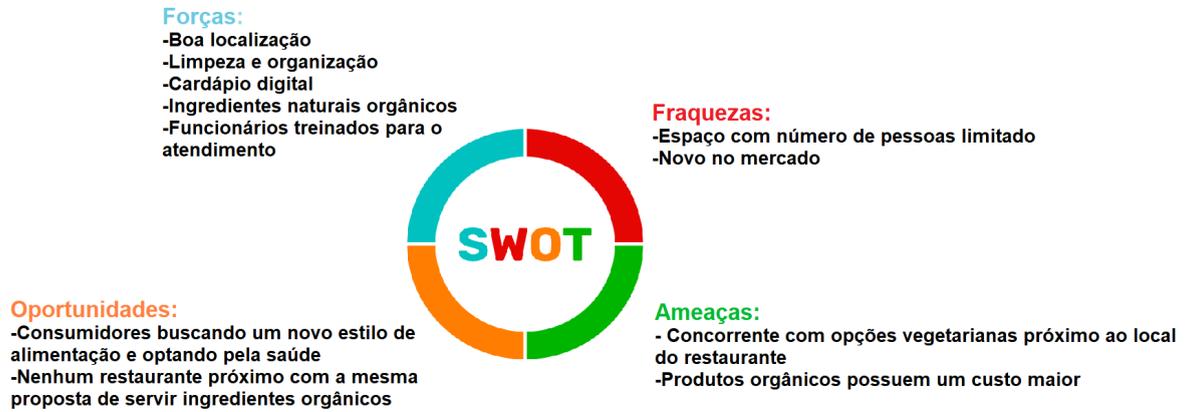
(Fonte: imagens Google).

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
<b>RELATÓRIO:</b>
<b>CURSO:</b> Ciências Contábeis
<b>MÓDULO:</b> Planejamento estratégico
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b>
<b>ESTUDANTE:</b> Lavínia Piovan Moreira
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 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