



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
BIOVIDA FARMÁCIAS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

BIOVIDA FARMÁCIAS

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Ana Beatriz Arguelo Tassoni, RA 1012022101025
Isabelle Akemi de Freitas Tomita, RA 1012022101196
Leticia Lucas da Silva Moreira, RA 1012023100554

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	2
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	6
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	7
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	7
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	8
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	8
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	10
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	13

1. INTRODUÇÃO

O presente projeto possui como objetivo a valorização na área farmacêutica, onde será apresentado seu ramo e atividade fornecida aos seus clientes e importância indispensável de um planejamento estratégico. Também conhecido como plano estratégico, é o processo de identificar oportunidades, desenvolver uma estratégia e definir ações para atingir os objetivos organizacionais, dessa forma podemos afirmar que em um mercado cada vez mais competitivo, adotar o planejamento estratégico é essencial para impulsionar os resultados da empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A BioVida Farmácias é uma empresa brasileira no ramo farmacêutico, que possui como objetivo o bem-estar de seus clientes, investindo sempre na boa qualidade de seus produtos e serviços com um preço justo para que assim as pessoas possam ter acesso a eles.

Nesse ramo possui uma concorrência gigantesca, por isso o plano estratégico se torna crucial, pois com ele será possível observar todos os detalhes da empresa, como gastos, perdas, funcionários insatisfeitos, perda de qualidade dos produtos, etc.

Missão, visão e valores definem o planejamento estratégico, desta forma a empresa consegue compreender todo o seu campo estratégico e quais medidas tomar para que continue batendo de frente com seus concorrentes e aumentando seu número de clientes.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Criar o próprio negócio, exige percorrer um caminho de muito trabalho e muita persistência, até conseguir os primeiros sinais de sucesso. o Empreendedor precisa ter iniciativa e coragem, isso é, buscar soluções para suas dúvidas seguindo suas crenças, dessa forma tomar iniciativas seguindo um planejamento coerente e, para isso, muitas vezes é preciso coragem, já que em alguns casos o empreendedor não possui recursos suficientes para inserir no novo projeto. A paixão pelo que faz também ajuda muito para que os resultados sejam ainda mais positivos, o ideal é seguir um projeto que faz sentido com a profissão ou ideologias de vida. Visão e criatividade é de extrema importância, ter visão é entender como seus usuários vão se comportar com seu produto ou serviço. E ainda, é necessário ter a criatividade aflorada para tornar os projetos relevantes para seus usuários. Além disso, o controle emocional ajudará inclusive em compreender as relações das equipes envolvidas no projeto, direto ou indiretamente e com isso é possível liderar equipes de diferentes níveis de forma harmônica e consistente.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

O capital é o recurso mais necessário a um empreendimento. Sem ele, nenhum negócio pode ser anunciado ou se sustentar. Está associado à riqueza financeira, ou seja, ao conjunto de recursos, valores e bens imobilizados (máquinas, edifícios, etc.) que compõem um patrimônio, podendo assumir a forma de papel moeda, depósitos bancários, cheques, etc. Existem dois tipos de financiamento disponíveis: o financiamento por endividamento e o financiamento por capital próprio.

- O financiamento por capital próprio permite que o investidor, de alguma forma, tenha participação no negócio e não exige garantias. Assim, o investidor também possui participação de lucros da empresa em troca de participação na propriedade.
- O financiamento por endividamento é um tipo de financiamento geralmente em forma de empréstimo, com juros, cujo pagamento está relacionado às vendas e aos lucros da empresa, mesmo que de forma indireta. Para a realização deste financiamento, é exigido um ativo como garantia, como uma casa, um terreno, um automóvel, etc. Ou seja, algo de valor que possa cobrir com tal pagamento da forma como foi acertado com o banco. Falando em pagamento, o empreendedor deve pagar a quantia de recurso que tomou emprestado, acrescido de uma taxa de juros, e uma possível taxa adicional, chamada de pontos, cobrada para a obtenção e o uso do dinheiro.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Ao fazer uma proposta de um novo empreendimento devemos conhecer a estrutura. O título deve conter no máximo duas frases curtas, é nesse momento que a atenção do potencial cliente deve ser conquistada. O subtítulo deve conter de duas a três linhas, ele é responsável por apresentar o que a empresa faz. Você deve investir em boas imagens, elas são indispensáveis para chamar a atenção das pessoas. Conhecer seu público alvo é fundamental para oferecer uma solução eficaz do que ele procura. Para que sua proposta de valor seja mais interessante que a do seu concorrente é preciso investir na qualidade do seu produto. E por fim, mantenha as promessas pois prometer e não entregar é frustrante para os consumidores e isso faz com que ele não compre mais e passe isso aos outros consumidores.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A BioVida Farmácias, empresa brasileira do setor farmacêutico, possui uma estratégia empresarial bem definida, focada em seu crescimento (principalmente em medicamentos genéricos) e sucesso no mercado. Sua estratégia tem como objetivo principal se consolidar como uma das principais empresas do setor, fornecendo produtos e serviços de qualidade, inovadores e acessíveis, tanto para profissionais de saúde quanto para consumidores finais.

Dentre as estratégias empresariais da BioVida Farmácias, destaca-se a busca constante por inovação e grandes investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Possui também uma estrutura organizacional sólida, com processos bem definidos e eficientes, pois possui uma cadeia de suprimentos eficiente, garantindo que os produtos sejam fabricados, distribuídos e entregues de maneira rápida e confiável. A empresa também adota uma abordagem estratégica na gestão de pessoas. A BioVida Farmácias valoriza e investe em seus colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho colaborativo e estimulante. Os gestores da BioVida Farmácias entendem a importância do engajamento dos funcionários para o sucesso da empresa e trabalham para criar um ambiente em que todos se sintam valorizados e motivados. Isso inclui a realização de treinamentos, programas de desenvolvimento de liderança e incentivos para o alcance de metas.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

No planejamento estratégico das empresas, três conceitos fundamentais são frequentemente utilizados: missão, visão e valores. Esses conceitos ajudam a definir a direção e os princípios orientadores da organização.

- **Missão:** Representa o propósito fundamental da organização, sua identidade e o que ela busca alcançar. A missão deve ser clara, concisa e inspiradora, transmitindo os valores e a cultura da empresa.

- **Visão:** A visão é uma imagem do futuro desejado da empresa. Ela representa a direção estratégica de longo prazo e o que a organização aspira alcançar.

- **Valores:** Os valores representam os princípios éticos e morais que guiam o comportamento e as decisões da empresa. Eles definem a cultura organizacional, estabelecendo padrões de conduta e crenças compartilhadas.

Trazendo para o panorama da BioVida Farmácias, temos que:

A missão da BioVida Farmácias é fornecer produtos farmacêuticos de alta qualidade, acessíveis e inovadores, promovendo a saúde e o bem-estar da população. A empresa busca atender às necessidades dos profissionais de saúde e dos consumidores finais, superando suas expectativas por meio de soluções eficazes e confiáveis. A visão da BioVida Farmácias é ser reconhecida como uma empresa líder no setor farmacêutico, tanto a nível nacional quanto internacional. Por fim, seus valores se pautam em:

1. **Integridade:** A BioVida Farmácias preza pela conduta ética, agindo com honestidade e transparência em todas as suas relações, seja com clientes, colaboradores, parceiros comerciais ou a comunidade em geral.

2. Inovação: A empresa valoriza a busca constante por soluções inovadoras. A CIMED investe em pesquisa e desenvolvimento para oferecer produtos farmacêuticos que estejam na vanguarda da tecnologia e atendam às necessidades emergentes do mercado.

3. Excelência: A BioVida Farmácias tem o compromisso de buscar a excelência em todas as suas atividades. A empresa busca a melhoria contínua de seus processos e serviços, visando entregar produtos de alta qualidade, seguros e eficazes.

4. Responsabilidade social: A BioVida Farmácias reconhece a importância de contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade e do meio ambiente. A empresa adota práticas de responsabilidade social, engajando-se em ações sociais e ambientalmente responsáveis.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Para o desenvolvimento do novo negócio será imprescindível montarmos nossos principais critérios para missão, visão e valores da empresa. Após conversas e debates, decidimos que para a missão, nossa empresa se baseará em proporcionar aos nossos clientes uma experiência excepcional, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade que atendam às suas necessidades e superem suas expectativas. Buscamos ser uma empresa referência em nosso setor, contribuindo para o crescimento e sucesso de nossos clientes, colaboradores e comunidade. Quanto à visão, almejamos nos tornar líderes de mercado, reconhecidos pela excelência e inovação. Almejamos também, ser uma marca de renome nacional, sinônimo de confiança e qualidade. Os valores da empresa levam a integridade como ponto de partida, pois agimos com transparência, ética e respeito em todas as nossas interações, buscando estabelecer relacionamentos de confiança com nossos clientes, fornecedores e colaboradores. Outro valor que pode ser citado é da responsabilidade social e ambiental. Assumimos a responsabilidade de contribuir para o desenvolvimento sustentável da comunidade e do meio ambiente. Buscamos minimizar

nosso impacto ambiental e apoiar iniciativas sociais que promovam o bem-estar da sociedade.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

- **Tópico 1:** Autoconhecimento: Todos nós possuímos sonhos, planos, projetos que queremos alcançar nas nossas vidas pessoais e profissionais. Porém, o alcance dos nossos sonhos só é possível se entendermos claramente onde queremos chegar e quais ações são necessárias para isso.
- **Tópico 2:** Foco: A construção da nossa trajetória de vida é influenciada por diversos fatores externos e internos. Por isso, todos 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; Refinamento das ideais/escolhas; Diferenciação; Direção; Canvas.
- **Tópico 3:** Ação: Várias ferramentas de área de negócio podem nos auxiliar a definir as estratégias de atuação, bem como a consolidar planos de ação na nossa vida pessoal ou profissional.
- **Tópico 4:** Avaliação: O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e propósito para o futuro, seja no âmbito pessoal, seja profissional, precisa ter condições de ser avaliado, para que possamos saber se estamos no caminho certo.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças) pode ser uma ferramenta valiosa para explorar o propósito de vida de uma pessoa. Iremos analisar como ela se aplica a essa temática.

Forças: representam os pontos fortes intrínsecos que impulsionam o propósito de vida de uma pessoa. São características, habilidades e recursos que a tornam única e que podem ser aproveitados para alcançar seus objetivos. Identificar e potencializar essas forças é fundamental para uma vida com propósito. Alguns exemplos podem ser: paixão, criatividade, habilidades de comunicação, persistência, empatia, liderança, entre outros.

Fraquezas: são características internas que podem limitar ou prejudicar o propósito de vida. Identificar essas fraquezas é importante para desenvolver estratégias de superação e crescimento pessoal. Reconhecer e trabalhar nas fraquezas pode ajudar a transformá-las em pontos fortes.

Oportunidades: são fatores externos que podem ser aproveitados para alcançar o propósito de vida. Elas estão relacionadas com tendências, demandas do mercado, conexões sociais ou momentos favoráveis.

Ameaças (Threats): As ameaças são fatores externos que podem representar obstáculos ou desafios ao propósito de vida. Identificar essas ameaças é fundamental para se preparar e desenvolver estratégias de superação.

Dessa forma, entendemos que a análise SWOT aplicada ao propósito de vida é uma forma valiosa de avaliar os pontos fortes e fracos internos, bem como as oportunidades e ameaças externas. Essa análise ajuda a pessoa a compreender seu potencial, identificar áreas em que precisa crescer e a aproveitar as oportunidades que se apresentam. Com base nessa análise, é possível desenvolver estratégias para alcançar um propósito de vida significativo e alinhado com os valores e objetivos pessoais.

Link para ver o banner:

https://drive.google.com/file/d/1igmudPdY_QWTHJcQy9chQAelFo6EDi2b/view?usp=sharing

4. CONCLUSÃO

O planejamento estratégico possui grande importância para as empresas. Ele acompanha a evolução da organização; ele também pode e deve ser revisto ao longo do tempo, para incorporar mudanças na perspectiva do gestor e da sua equipe, nos objetivos do negócio e até mesmo na dinâmica do mercado. Com um planejamento bem elaborado, existe uma direção na organização e assegura que ela tenha melhores chances de sucesso no mercado, frente aos concorrentes. Vale ressaltar, que para que essas chances sejam ainda maiores é importante que a inovação também esteja presente.

REFERÊNCIAS

Cubo Up seu negócio no topo.

disponível em <https://cuboup.com/conteudo/perfil-de-empendedor/>

SEBRAE. 7 dicas para a criação de uma proposta de valor incrível para a empresa.

disponível em:

<https://blog.sebraealagoas.com.br/gestao/7-dicas-para-a-criacao-de-uma-proposta-de-valor-incrivel-para-a-empresa/>

Empreendedorismo, tópico fontes do capital.

Autora: Ligia Maria Affonso

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: Projeto Integrado Planejamento Estratégico
CURSO: Administração
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Profº Danilo Doval e Profº Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Ana Beatriz Arguelo Tassoni
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Junho 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: O objetivo do trabalho foi que falássemos sobre o empreendedorismo e que criássemos um novo empreendimento. Descrevemos o que pedia e criamos nossa empresa, do ramo farmacêutico e com o nome de BioVida Farmácias.
Desafio: Criar uma empresa foi um desafio, encontrar um nome que encaixasse no que estávamos criando também foi bem desafiador.
Cronograma das Ações: Separamos o que cada uma iria fazer e fomos nos ajudando conforme fossemos precisando.
Síntese das Ações: Tivemos encontros remotos e conversas ativas no grupo do whatsapp.
a. Aspectos positivos: assunto importante, acredito que podemos um dia passar pelo o que fizemos nesse trabalho. Desde a criação do nome de um novo empreendimento até a prática no dia a dia depois de uma empresa consolidada.
b. Dificuldades encontradas: descrever algo novo.

c. Resultados atingidos: Trabalho muito bem elaborado e aproveitado.

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022101025	NOME Ana Beatriz Arguelo Tassoni
RA 1012022101196	NOME Isabelle Akemi de Freitas Tomita
RA 1012023100554	NOME Leticia Lucas da Silva Moreira
RA	NOME
RA	NOME