

FECAP - FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

ESTHER OLIVEIRA COSTA
HIGOR LUIZ FONSECA DOS SANTOS
JOÃO VICTOR DE FARIA SANTANA
MELLINA BIZINOTO SOARES DE PADUA

GESTÃO EMPRESARIAL E DINÂMICAS DAS ORGANIZAÇÕES

SÃO PAULO

2025

ESTHER OLIVEIRA COSTA
HIGOR LUIZ FONSECA DOS SANTOS
JOÃO VICTOR DE FARIA SANTANA
MELLINA BIZINOTO SOARES DE PADUA

GESTÃO EMPRESARIAL E DINÂMICAS DAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho acadêmico apresentado à Faculdade FECAP como requisito parcial para a disciplina de Gestão Empresarial e Dinâmicas das Organizações, no segundo semestre do curso de Ciência da Computação, como parte da primeira entrega do Projeto Integrador.

Professor Leonardo Fabris Lugoboni

SÃO PAULO

2025

SUMÁRIO

1	MISSÃO:	4
1.1	Pontos Fortes:	4
1.2	Exemplo de Destaque:	4
2	VISÃO:	5
2.1	Pontos Fortes:	5
2.2	Exemplo de Destaque:	5
3	VALORES	5
3.1	Pontos Fortes:	6
3.2	Exemplo de Destaque:	6
4	PROPOSTA DE VALOR	7
5	IMPACTO NA GESTÃO E NO SITE	7

1 MISSÃO:

"Desenvolver e compartilhar projetos de educação criativa e inovadora que transformam a sociedade.

1.1 Pontos Fortes:

O Instituto Criativo se destaca ao focar em educação criativa e inovadora, saindo do tradicional e trazendo um jeito diferente de aprender. Eles não querem só ensinar por ensinar, mas causar um impacto real na sociedade. A missão deles mostra que a ONG quer crescer e espalhar conhecimento de um jeito acessível, principalmente em comunidades que mais precisam. Eles usam métodos modernos, que fazem sentido hoje em dia, e seguem uma base teórica firme, como a de Pearce II e David (1987), pra garantir que o que oferecem tenha um impacto de verdade.

1.2 Pontos negativos- Melhorias:

Embora seja inspiradora, essa missão não explica como esses projetos são desenvolvidos e aplicados. São cursos? Oficinas? Programas de mentoria? Sem essa clareza, pode parecer uma promessa genérica.

Outro ponto que falta é como a ONG mede o impacto dessas iniciativas. Quais indicadores são usados para saber se realmente estão transformando a sociedade? Sem um meio de avaliação, fica difícil entender se os projetos são eficazes ou apenas bem-intencionados.

- **Categorias presentes:**

Produtos ou serviços oferecidos, Compromisso com a transformação social (questões sustentáveis) e Proposição do negócio.

- **Categorias ausentes:**

- Autoconceito e valores fundamentais.
- Clientes e mercado-alvo.
- Domínio geográfico.
- Compromisso com a sobrevivência, crescimento e lucratividade.
- Empregados.
- Imagem pública desejada.

- Stakeholders.
- Questões ambientais.

2 VISÃO:

" Ser referência na educação, empreendedorismo e eventos criativos por meio do aprendizado inovador."

2.1 Pontos Fortes:

A ideia de ser referência mostra que a ONG tem ambição de crescer e expandir seu impacto.

A conexão entre educação, empreendedorismo e eventos criativos pode abrir oportunidades diversas para os participantes, oferecendo mais possibilidades do que apenas o ensino formal.

O foco no aprendizado inovador demonstra que o Instituto Criativo busca oferecer algo diferenciado e não apenas replicar modelos tradicionais.

2.2 Pontos negativos Melhorias:

Ser referência é uma meta valida, mas o que torna o Instituto Criativo diferente das outras ONGs ou instituições que já fazem isso? O que eles têm de especial?

Também falta um plano claro. Querem ser referência em quanto tempo? Daqui 5 anos? 10? E como vão chegar lá? Sem estratégia, parece mais um desejo do que uma meta real..

- **Categorias presentes:**

Produtos, Serviços, Mercado, Organização e Ideais.

- **Categorias ausentes:**

- Nenhuma categoria está ausente, mas algumas poderiam ser mais detalhadas.

3 VALORES

Sustentabilidade, Qualidade efetiva, Criatividade e inovação, Ética, respeito e honestidade, Colaboração, comprometimento e união, Conhecimento e aprendizagem qualitativa

3.1 Pontos Fortes:

Os valores do Instituto Criativo são legais e combinam com o que eles propõem. Criatividade e inovação, se bem aplicadas, deixam o aprendizado mais interessante. Educação de qualidade é um diferencial, e se tiver métodos bons e professores preparados, vai ganhar mais credibilidade. A inclusão, com foco em comunidades vulneráveis, é um bom ponto. No empreendedorismo, dar suporte real, como mentorias e parcerias, ajuda a transformar ideias em oportunidades. E para a transformação social, mostrar exemplos reais vai reforçar o impacto da ONG.

3.2 Pontos negativos Melhorias :

Os valores do Instituto Criativo são legais, mas alguns precisam de mais detalhes. Criatividade e inovação são importantes, mas como isso se aplica na prática? A educação de qualidade é um diferencial, mas seria bom saber se têm métodos validados e professores preparados. A inclusão é um ponto forte, mas é necessário mais clareza sobre como ela acontece de fato, principalmente para comunidades vulneráveis. No empreendedorismo, a ideia de incentivar é legal, mas é importante saber se há apoio real, como mentorias ou parcerias. E, sobre a transformação social, seria bom ver exemplos reais de impacto para não ficar só na promessa.

- **Categoria Presente:**

- **Sustentabilidade** : Categoria 7.
- **Qualidade efetiva** : Categoria 5.
- **Criatividade e inovação** :Categoria 3.
- **Ética, respeito e honestidade** :Categoria 1.
- **Colaboração, comprometimento e união** :Categoria 2.
- **Conhecimento e aprendizagem qualitativa** : Categoria 4.

- **Categorias ausentes:**

- **Categoria 6:** Segurança, saúde, equilíbrio de vida e flexibilidade.
- **Categoria 8:** Comunicação e Franqueza.

- **Categoria 9:** Trabalho árduo, recompensa, alegria e energia.

4 PROPOSTA DE VALOR

O Instituto Criativo é uma ONG focada em resolver o problema do acesso limitado a métodos de ensino eficazes, principalmente para comunidades vulneráveis. Eles oferecem uma abordagem criativa e inovadora, buscando transformar a educação tradicional e proporcionar oportunidades práticas para os participantes.

O diferencial do Instituto Criativo é que, além de ensinar, eles ajudam a transformar ideias em realidade. Através de mentorias, parcerias e eventos criativos, a ONG cria uma ponte entre o aprendizado e a aplicação prática. Ao focar em comunidades que normalmente ficam de fora dos programas tradicionais, o Instituto Criativo garante que o suporte seja direcionado para quem mais precisa.

O que realmente os diferencia de outras iniciativas é a forma como conectam educação com transformação social real. Eles não apenas oferecem conteúdo, mas também mostram o impacto tangível de seus projetos, com ações concretas que comprovam os resultados.

5 IMPACTO NA GESTÃO E NO SITE EMPRESA

A **missão**, **visão** e **valores** são fundamentais para a gestão de uma empresa, pois orientam todas as decisões e ações. A **missão** define o propósito da empresa e o problema que ela resolve. Por exemplo, o **Instituto Criativo** tem como missão transformar vidas por meio de educação criativa e inovadora, o que influencia seus programas e metodologias. A **visão** é o objetivo futuro da empresa, como o Instituto Criativo, que busca ser referência em educação, empreendedorismo e eventos criativos, direcionando suas parcerias e expansão. Já os **valores** são os princípios que guiam o comportamento e a cultura interna, como criatividade, inclusão e transformação social no caso do Instituto, garantindo que os projetos sejam éticos, acessíveis e impactantes. Então, no fim das contas, missão, visão e valores são os pilares que ajudam a empresa a tomar decisões alinhadas com o que ela quer e precisa alcançar.