

INSTITUTO CRIATIVO

Análise: Missão, visão, valores e proposta de valor.

Integrantes:

Bruno Eduardo da Silva Pinho - RA: 24026660

Eric Victor Bittu Silva - RA: 24026820

Thiffany Moraes Vieira da Silva - RA: 24026974

Vivian Kaori Umaki - RA: 24026720

Yanko Lee - RA: 24026751

Análise: Missão, Visão, Valores e Proposta de Valor do Instituto Criativo

Sobre o Instituto Criativo

“O Instituto Criativo é uma ONG que nasceu para transformar a vida das pessoas por meio da educação criativa e inovadora, emponderando-as de conhecimento de qualidade e diferenciado que são aplicados nos estudos, negócios e na própria vida contribuindo com a evolução da sociedade.”

Missão:

“Desenvolver e compartilhar projetos de educação criativa e inovadora que transformem a sociedade.”

a) Identificação do autoconceito e valores fundamentais, filosofia, tecnologias e competências essenciais e comportamento da organização: A missão não procura abordar este critério explicitamente. Embora reflita o compromisso com a educação e a transformação social, poderia mencionar explicitamente valores como sustentabilidade e inclusão.

b) Clientes e mercado alvo: O Instituto cita o cliente alvo apenas como “sociedade”, apresentando qual o mercado que procuram afetar, porém de forma muito vaga. Poderiam especificar os públicos prioritários (ex: jovens em vulnerabilidade social, empreendedores, educadores).

c) Produtos ou serviços oferecidos: A missão aborda o desenvolvimento de projetos de educação, porém não há uma definição clara sobre como esses projetos atuam na prática, sugerindo-se a necessidade de detalhar os tipos de iniciativas, como cursos, workshops e eventos, além de explicar de que forma são aplicados para alcançar os objetivos educacionais propostos.

d) Definição do domínio geográfico: Não apresenta uma definição da área em que a organização atua ou deseja alcançar a missão não define onde atua (local, regional, nacional). Isso poderia ser incluído.

e) Compromisso com a sobrevivência, crescimento e lucratividade: Não aborda as questões desse critério.

f) Colaboradores: A missão não aborda os colaboradores da instituição.

g) Imagem pública desejada: A missão poderia reforçar a imagem de uma organização inovadora e transformadora.

h) Proposição do negócio: O Instituto apresenta a proposta de seu negócio através dos seus projetos de educação, visando atrair novos colaboradores e clientes aos mesmos.

i) Stakeholders (fornecedores, concorrentes, acionistas, governo, entre outros): Os stakeholders não são mencionados na missão do Instituto.

j) Questões sustentáveis (sociais e ambientais): A organização procura aplicar seus projetos para transformação da sociedade, porém a missão define o objetivo apenas como a educação criativa de uma forma ampla.

Análise:

Através da análise identificamos que a missão está alinhada ao propósito da organização, mas poderia ser mais específica em relação aos públicos-alvo, métodos e impactos esperados.

No site, essa missão poderia ser mais destacada, com uma seção específica ex: sessão sobre) que explique como os projetos são desenvolvidos e quais são os impactos esperados.

Visão:

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

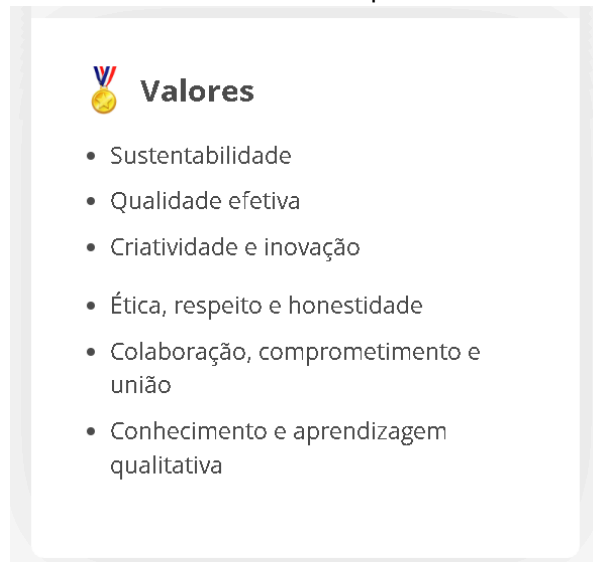
Análise e reflexão:

A visão do Instituto Criativo se enquadra principalmente no tópico de ideais. Ela reflete o objetivo da organização de tornar-se referência em educação inovadora e criativa, além de oferecer projetos de empreendedorismo para oferecer

experiência de trabalho aos jovens. No site demonstra o foco nesse objetivo com dados, como por exemplo, citando os mais de 20.000 estudantes impactados pelos projetos do Instituto.

Valores:

FIGURA: Valores da empresa



Disponível em: <https://www.institutocriativo.com.br/#sobre>

Acesso em: 09 mar.2025(adaptado).

Os tipos de valores apresentados pelo Instituto Criativo se encontram principalmente nas seguintes categorias:

- Categoria 1: Integridade, ética, honestidade, responsabilidade, justiça, fazer as coisas certas e transparência.
- Categoria 2: Trabalho em equipe, colaboração e cooperação.
- Categoria 3: Inovação, criatividade, excelência, melhoria e crescimento.
- Categoria 5: Qualidade, cliente, atendimento de necessidades, comprometimento e fazer a diferença.

Sustentabilidade: Compromisso com práticas ambientalmente responsáveis.

Qualidade efetiva: Busca pela excelência em todos os projetos e iniciativas.

Criatividade e inovação: Soluções criativas para desafios educacionais.

Ética, respeito e honestidade: Atuação focando na transparência e integridade.

Colaboração, comprometimento e união: Trabalho em equipe para alcançar objetivos comuns.

Conhecimento e aprendizagem qualitativa: Foco no desenvolvimento de habilidades práticas e relevantes.

Análise: Os valores estão bem alinhados com as categorias propostas e refletem o compromisso do Instituto Criativo com a inovação e o impacto social.

No site, os valores poderiam ser comunicados de forma mais visual e exemplos de como são aplicados na prática.

FIGURA: Imagem criada para representar os VALORES DA EMPRESA



Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAGhM-j6iAQ/xEYZCOAo3TRCerBcumRXkQ/view?utm_content=DAGhM-j6iAQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=h7b0cdc4621

Acesso em: 09 mar.2025(adaptado).

Proposta de valor da empresa:

Qual problema a empresa resolve para seus clientes e como se diferencia da concorrência?

‘O Instituto Criativo é uma ONG que nasceu para transformar a vida das pessoas.’

O valor do Instituto Criativo é refletido em seu compromisso de utilizar a educação como ferramenta de transformação social. Por meio de projetos criativos e inovadores, a organização busca impactar o número máximo de pessoas.

A empresa foca em resolver a falta de ensino para jovens, procurando capacitar pessoas na sociedade que normalmente não teriam a chance de buscar o aprendizado, oferecendo conhecimento de qualidade e o desenvolvimento de suas

soft skills, com o objetivo de torná-las mais capazes em seus estudos, negócios e vida pessoal.

Diferenciação:

- **Inovação e Criatividade:** Utilizam projetos criativos e inovadores para impactar o maior número possível de pessoas.
- **Acessibilidade:** Eliminam barreiras tradicionais de acesso à educação, garantindo que qualidade e inovação estejam ao alcance de todos.
- **Foco no Resultado:** Oferecem soluções práticas e eficientes que geram resultados tangíveis, alinhados às necessidades de cada indivíduo e comunidade.
- **Desenvolvimento Pessoal:** Além do conhecimento técnico, priorizamos o desenvolvimento pessoal e as *soft skills*, preparando os alunos para desafios acadêmicos, profissionais e pessoais

EMPRESA	RAZÃO PARA TRABALHAR
instituto criativo:	Razão Principal: Transformar a educação tradicional em uma ferramenta de transformação social, impactando jovens e comunidades carentes por meio de projetos criativos e inovadores.
	O que a empresa faz de único: Criou um mercado que combina educação de qualidade, desenvolvimento de soft skills e inclusão social, atraindo tanto jovens em situação de vulnerabilidade quanto parceiros e investidores interessados em impacto social.
	Diferenciação: Eliminou barreiras tradicionais de acesso à educação. Enfatizou a criatividade, a inovação e o desenvolvimento pessoal. Ofereceu uma abordagem prática e aplicável ao dia a dia dos alunos.
	Criação de Valor: Ofereceu uma experiência educacional única, que não apenas capacita, mas também transforma vidas, gerando impacto social e permitindo parcerias estratégicas com organizações e empresas comprometidas com a responsabilidade social.

Conclusão

O Instituto Criativo posiciona-se como um agente de transformação social através de educação prática e inclusiva, diferenciando-se pela integração de criatividade, sustentabilidade e resultados mensuráveis. Sua gestão e comunicação digital refletem diretamente seus valores, fortalecendo a credibilidade e o impacto na sociedade. Para maximizar seu alcance, a organização pode aprimorar a comunicação de sua proposta de valor no site, destacando casos de sucesso e métricas de impacto.