



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<CIÊNCIAS CONTÁBEIS>

<LOGÍSTICA>

<TECNOLOGIA EM MARKETING>

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<GLAMOUR COSMÉTICOS>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<CIÊNCIAS CONTÁBEIS>
<LOGÍSTICA>
<TECNOLOGIA EM MARKETING>

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<GLAMOUR COSMÉTICOS>

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL
ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Anderson da Silva, RA 1012023100050

Claudia Aparecida Linhares RA 1012022200474

Gabriele Lucena de Almeida, RA 1012023100021

Tatiane Galbiere Arruda, RA 1012023100152

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	7
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	10
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	12
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	13
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	14
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	16
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	17
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	19
4. CONCLUSÃO	20
REFERÊNCIAS	21
ANEXOS	22
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	23

1. INTRODUÇÃO

Por volta de 5000 a.C na antiga Mesopotâmia historiadores encontram o primeiro registro da existência do Batom .Os batons nesta época eram obtidos por meio de esmagamentos de pedras semipreciosas. Os antigos egípcios utilizavam lodo e bromo para obter a cor vermelha - púrpura nos lábios que lhes causavam graves doenças e passou a ser conhecido como ‘beijo da morte ‘ . Cleópatra utilizava besouros de carmim esmagados para obter a cor vermelha nos lábios.

A composição básica do batom tradicional é a dispersão de pigmentos e lacas (corantes hidrossolúveis), com uma combinação de ceras , gorduras e óleos vegetais.

Devido a grande utilização popular deste cosmético há necessidade se testar sensorialmente o produto final em diferentes tipos de peles. Os parâmetros analisados devem ser: cor, odor, maciez sobre a pele.

A Cor deve ser observada durante o uso do produto quanto ao aspecto de sua variação com o tempo; o produto deve possuir odor agradável e aceitável ao público ; maciez quanto ao aspecto de hidratação da pele.

Os objetivos deste trabalho são : o desenvolvimento, produção e análise sensorial de batom.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Nome/Marca: Glamour Cosméticos

Síntese: A proposta para o novo empreendimento é criar a empresa Glamour Cosméticos, especializada na produção e venda de batons de alta qualidade. A empresa busca oferecer produtos inovadores que realcem a beleza natural dos clientes, promovendo autoconfiança e empoderamento. Com foco na qualidade, inovação e sustentabilidade, a Glamour Cosméticos pretende se tornar uma marca de referência no mercado de cosméticos, valorizando a individualidade e promovendo a inclusão.

Setor de atuação: A Glamour Cosméticos estará inserida no setor de cosméticos e maquiagem, que é uma indústria em constante crescimento. O setor de cosméticos é altamente dinâmico e oferece oportunidades para empresas inovadoras. Com uma demanda crescente por produtos de beleza, especialmente batons, a empresa tem potencial para aproveitar um mercado em expansão.

Concorrentes: A Glamour Cosméticos enfrentará a concorrência de outras marcas protegidas no mercado de cosméticos e maquiagem. Algumas das principais marcas concorrentes incluem:

Beleza Pura: Uma marca reconhecida por sua ampla gama de produtos de maquiagem, incluindo batons de alta qualidade.

Glam Make: Uma marca que se destaca por sua abordagem inovadora em relação às cores e texturas dos bastões.

Elegância Cosméticos: Uma marca que é conhecida por sua linha de batons duradouros e de longa duração.

Clientes: Os clientes-alvo da Glamour Cosméticos serão mulheres jovens e adultas, interessadas em produtos de beleza e maquiagem. Nosso público será composto por pessoas que valorizam a qualidade, a inovação e desejam expressar sua individualidade por meio de batons. Além disso, a empresa buscará atender clientes que buscam marcas comprometidas com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental.

Produtos e serviços oferecidos: A Glamour Cosméticos oferece uma ampla variedade de batons, atendendo às necessidades individuais dos clientes. Os produtos incluem:

Batons Matte: Fórmulas de longa duração que proporcionam um acabamento fosco e sofisticado.

Batons Cremosos: Batons hidratantes com uma textura suave e cremosa, que desliza facilmente nos lábios.

Batons Líquidos: Batons de secagem rápida, com uma fórmula líquida de longa duração que proporciona um acabamento intenso.

Batons Metalizados: Batons com acabamento metálico, que adicionam brilho e luminosidade aos lábios.

Além disso, a Glamour Cosméticos fornecerá um serviço de atendimento ao cliente excepcional, garantindo a satisfação dos clientes e oferecendo orientações sobre os produtos e tendências de maquiagem.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A Proposta de valor vai determinar os motivos pelos quais os clientes escolhem a marca X e não a marca Y. É a partir disso que o consumidor fará a análise de custo versus benefícios para decidir se vale a pena comprar o que lhe é ofertado.

Sendo assim, um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Dicas para evitar erros no mercado :

1. Considere a estrutura
2. Conheça bem o seu público -alvo
3. Observe os concorrentes
4. Esteja atento a linguagem
5. Acrescente os benefícios do produto
6. Apresente sua proposta de valor de várias formas

Conhecer seu público alvo é essencial para oferecer a ele uma solução eficaz e que vá direto ao encontro de suas necessidades e objeções. Dessa maneira o público enxerga valor em sua proposta e entenderá que ela é realmente relevante.

Em uma definição mais clara da gestão : A ação de quem se propõe fazer primeiro algo que é difícil, é o processo de projetar, iniciar e conduzir um novo negócio com o intuito de oferecer uma contribuição relevante à sociedade.

O empreendedor deve expor com clareza o porquê das atividades serem necessárias e como o investimento vai ajudar a alcançar os resultados e objetivos esperados.

Por isso a importância também da estratégia de marketing que mostra aos clientes os principais motivos pelos quais ele deve fechar negócio com uma determinada empresa.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Muitas pessoas deveriam se perguntar se reúnem características de um perfil empreendedor antes de iniciar no ramo. Conduzir o próprio empreendimento está ligado a uma visão ampla para tomar as melhores decisões , o que torna algumas capacidades indispensáveis para dar início a um negócio expressivo.

1. Coragem e autoconfiança , inicialmente é preciso ter coragem para sair da zona de conforto e buscar vencer o percentual das empresas que fecham precocemente . É um cenário arriscado, principalmente se você vem da condição de funcionário e quer abrir o próprio negócio. Se antes a competição era apenas com outros colegas de trabalho, agora ela conta com a companhias já consolidadas no mercado.

Os corajosos entram em projetos audaciosos , mesmo em meio a crise, contudo, é preciso ponderar para correr somente os riscos calculados. Nesse sentido, é importante não confundir coragem com loucuras inconsequentes .

A coragem desencadeará uma nova característica: a autoconfiança. Acreditar em si próprio vai ajudá-lo a se tornar mais autoconfiante e transpassar isso para os que estão a sua volta , o empreendedor autoconfiante passa maior credibilidade e convence investidores , colaboradores, fornecedores e outras pessoas a aceitarem suas idéias .

2. Liderança, essa é uma das condições básicas para desenvolver um perfil empreendedor , Isso não quer dizer que você terá que adotar uma postura superior , mas sim conquistar o respeito dos demais . a ser percorrido, Um líder não é alguém que simplesmente ordena , na verdade é alguém

que sabe escutar e compreender , que mostra o caminho a ser percorrido, participa das decisões e busca as soluções com todos envolvidos. Quem está na liderança deve estar sempre presente, se mostrando um membro da equipe que delega tarefas conforme as aptidões dos colaboradores , reconhece e valoriza as ações estratégicas , avalia o desempenho e orienta quando ocorre algum erro.

3. Perseverança , se você acha que tem uma boa ideia , que se colocada em prática pode render um bom empreendimento, insista nela. As pessoas que desistem diante dos primeiros problemas não estão aptas a empreender . Estar a frente de um projeto nem sempre é sinônimo de viver dias tranquilos ou sem obstáculos .Em algumas situações , largar o emprego para se dedicar a algo próprio exige um comprometimento maior . Talvez você viva dias mais complicados e duros, mas é possível mudar esse quadro se estiver comprometido com um projeto . Perseverar está ligado à capacidade de confiar em si mesmo e no que pode fazer. Só não confunda com teimosia , uma vez que é possível modificar o que não está funcionando bem, desde que o foco seja mantido . Se os fatores que estão à sua volta indicam que persistir é um erro, talvez seja o momento de se reinventar.
4. Planejamento, em linhas gerais o empreendedor precisa analisar o ponto em que está, aonde quer chegar e quais passos percorrer para alcançar esse ponto que vamos chamar de objetivos . Essa capacidade é construída com o entendimento do negócio, o que deve ser feito e como deve ser feito. A partir daí é possível definir as estratégias e formas de colocá-las em prática para gerar maior retorno.
5. Capacidade Analítica , junto da capacidade de planejar, o profissional precisa ter uma visão analítica para entre outras ações , monitorar o mercado, suas tendências, o posicionamento da empresa e outras questões .Assim , tende a encontrar oportunidades mais adequadas ao seu perfil empreendedor e formas inovadoras de resolver os problemas. É válido ressaltar que um empreendimento se desenvolve quando a pessoa que está a frente consegue enxergar o caminho para o crescimento onde

outros veem somente entraves. Investimentos em inovação , qualidade ou treinamentos são atitudes ousadas , mas são decisivas para alavancar o desenvolvimento da empresa, bem como o crescimento pessoal dos envolvidos .

6. Persuasão, a liderança não está ligada apenas a iniciativa para o trabalho,mas também a capacidade de inspirar as pessoas a seguir os seus objetivos . Pessoas com perfil empreendedor precisam influenciar clientes , parceiros ,colaboradores e fornecedores de forma positiva. Nesse sentido ,a persuasão se mostra eficiente para fechar vendas, criar o network, firmar parcerias, negociar valores com fornecedores, entre outras ações benéficas para o negócio.Trata-se de uma virtude que deve ser usada com cautela,pois pode ser vista como manipulação , daí a importância de se manter atento às próprias atitudes para manter -se dentro da ética.
7. Resiliência, basicamente é a capacidade de manter o equilíbrio nas situações mais adversas e desenvolver estratégias para mudar o cenário.Trata-se de uma das mais importantes habilidades de quem deseja empreender, em especial em tempos de instabilidade econômica, quando tudo parece mais complicado.Da mesma forma que perseverar requer uma busca por um objetivo a resiliência indica a capacidade do gestor de se reerguer após enfrentar os obstáculos que o acometeram pelo caminho. Não é possível prever fatos que podem prejudicá-lo no futuro, mas é possível se manter atuante e motivado mesmo após um evento adverso. é como diz o ditado: “o que não prejudica, fortalece”
8. Criatividade , uma das tarefas do empreendedor é encontrar novas soluções para problemas antigos, A criatividade se torna um aspecto importante do seu perfil. Mesmo que você não se considere um criativo, essa é uma habilidade que pode ser adquirida com estudo e uma visão mais ampla da problemática .Procurar uma graduação que force a pensar , fora da caixa ,ou seja pensar em soluções inovadoras para um mercado em constante mudança.

Sendo assim, o perfil do empreendedor é formado ao longo da vida tendo como base suas experiências com o cotidiano, com a família, escola, trabalho e seus amigos, com a sociedade em geral.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

As Fontes de Capital devem ser compostas por fontes de longo prazo e permanentes, mas nem sempre essas fontes estão disponíveis, o que impede as empresas de financiarem suas atividades com recursos de curto prazo.

São diversas as modalidades de financiamento existentes no mercado financeiro, As fontes de capital de terceiros podem ser divididas em financiamentos e empréstimos em moeda nacional e em moeda estrangeira.

Financiamentos em moeda Nacional,

Os financiamentos em moeda nacional mais comuns são:

Empréstimo por Capital de Giro

Por meio de um Contrato, são estabelecidas as condições gerais e específicas da operação, como o valor do vencimento e a taxa de juros. As garantias exigidas são as notas promissórias, podem ser exigidas garantias adicionais, tais como duplicata, hipotecas e penhor mercantil.

Descontos de Títulos

Os títulos descontados podem ser duplicatas ou notas promissórias. O cedente da duplicata ou nota promissória transfere ao banco o direito de recebê-los nos respectivos vencimentos, recebendo antecipadamente o valor líquido após descontados os juros. No vencimento, o devedor paga o valor do título ao banco, que baixa da responsabilidade do cedente

Na operação de desconto, o banco tem o direito de regresso, isto é caso o devedor não pague o título vencido, o banco tem o direito de receber do cedente o valor do título acrescido de juros de mora ou multas.

Hot Money

Este tipo de empréstimo caracteriza-se por ser de curtíssimo prazo, geralmente de um dia a uma semana. A taxa de juros de Hot Money é baseada na taxa diária do CDI, acrescida de spread do banco e impostos. As vantagens deste tipo de empréstimo são que a empresa tomadora pode ajustar melhor seu fluxo de caixa e possibilita uma mudança rápida de fonte de financiamento, caso outros tipos de financiamento se tomem mais vantajosos.

Essas são as possíveis linhas de crédito que podemos usar nos recursos de terceiros.

Referente ao custo de Capital que hoje é praticado pelos Bancos e Entidades Financeiras segue abaixo os nomes e Porcentagem ao Mês e Anual.

Nome	% A.M	% A.A
Sinosserra S/A - SCF1	0,21	2,50
BCO KOMATSU S.A	0,25	3,09
Banco JOHN Deere	0,98	12,38
Stara Financeira	1,19	15,25
BCO Volkswagen	1,40	18,13
BCO de Lage Landem Brasil S.A	1,41	18,31
Aymore CFI S.A	1,45	18,79
Banco Sicoob S.A	1,49	19,42
Banco Volvo Brasil S.A	1,54	20,17

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O nosso novo empreendimento precisa entender que todo esforço empreendido pode ser considerado estratégico é necessário para que a nossa empresa continue no mercado.

Através disso podemos criar uma nova marca de Batom e com isso conseguimos aumentar nossas expectativas no mercado e lucratividade buscando atrair mais consumidores e clientes para a empresa.

Cabe destacar que a empresa pode obter vantagens competitivas pelos seguintes meios:

- **Inovação, eficiência na administração de custos, eficácia de suas operações e na qualidade dos nossos produtos.**
- **Informação do produto e marca e nossos conhecimentos disponíveis.**
- **Ter bons relacionamentos e o que nos mantém nossos clientes.**

O empreendedor não precisa ser expert em tecnologia, mas para se identificar e explorar boas oportunidades e novas entradas, precisamos ser bem curiosos buscando novas informações sobre nosso produto e marca e também novas tendências que estão no mercado competitivo estando bem atento aos problemas que a evolução tecnológica vem e com isso nós possamos sair na frente buscando nossas soluções.

Quanto maior for nosso conhecimento prévio o empreendedor possui ao mercado e da tecnologia utilizada para uma nova Marca e Produto que são nossos Batons e Maquiagem.

Através disso o que nos torna mais fortes e competitivos no mercado e entender exatamente o que nossos Clientes e Consumidores estão procurando, com isso conseguimos entender e desenvolver um novo Batons trazendo inovação.

Nossos principais concorrentes são:

- **Vult cosméticos:** É um sinônimo de modernidade em Batom líquido seja com acabamento de glitter, Marte ou transparente com certeza existe um perfeito para seu estilo.
- **Eudora:** Do nude ao vermelho, o batom líquido conquistou o coração de muita gente. Sua fórmula garante uma duração prolongada da cor e com seu acabamento em Matte metálico e cremoso.
- **Beleza Pura:** Uma marca reconhecida por sua ampla gama de produtos de maquiagem, incluindo Batom de alta qualidade.
- **Glam Make:** Uma marca que se destaca por sua abordagem inovadora em relação às suas cores e texturas de Batons.

Nossos principais clientes são as mulheres adultas e solteiras que são as maiores consumidoras de cosméticos, porém nossos Jovens e Adultos estão consumindo também os cosméticos.

Nosso principal objetivo é atingir o público, pois com eles conseguimos entender o que eles estão buscando e com isso conseguimos trazer inovação e além disso conseguimos a valorização da qualidade nos produtos de cosméticos.

Uma pesquisa mostra que o Brasil está em quarto lugar em pesquisa de cosméticos a nível mundial, ficando somente atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Estratégia de Posicionamento: diferenciação pela qualidade: Focar em produtos de alta qualidade, com fórmulas inovadoras e ingredientes premium, destacando a Glamour Cosméticos como uma marca que oferece o melhor em termos de qualidade para seus clientes.

Ênfase na sustentabilidade: posicionar-se como uma empresa comprometida com a responsabilidade ambiental, utilizando ingredientes naturais, embalagens eco-friendly e práticas de produção sustentáveis. Destacar o compromisso com a preservação do meio ambiente.

Estratégia de Produto: ampliar a variedade de cores e texturas: Desenvolver uma ampla gama de tons de batons, atendendo a diferentes preferências e tons de pele, além de oferecer diferentes texturas, como matte, cremosa e metalizada, para atender às necessidades individuais dos clientes.

Inovação contínua: investir em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos inovadores, acompanhando as últimas tendências de beleza e maquiagem. Introduzir novas fórmulas, acabamentos e tecnologias para destacar a Glamour Cosméticos como uma marca de vanguarda.

Estratégia de Marketing: campanhas de marketing influenciadoras: Estabelecer parcerias com influenciadores e blogueiros de beleza para promover os produtos da Glamour Cosméticos. Essas parcerias ajudarão a aumentar a conscientização sobre a marca e alcançar um público mais amplo.

Marketing digital e presença nas redes sociais: Utilizar estratégias de marketing digital, como anúncios online, conteúdo relevante em blogs e mídias sociais, para alcançar o público-alvo. Investir em uma presença forte nas plataformas de mídia social, compartilhando dicas de maquiagem, tutoriais e conteúdo inspirador.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Estratégia de Posicionamento: realizar pesquisas de mercado para identificar as expectativas dos clientes em relação à qualidade dos produtos de beleza e cosméticos.

Estabelecer parcerias com laboratórios e fornecedores de ingredientes de alta qualidade para garantir a excelência dos produtos da Glamour Cosméticos.

Criar programas de treinamento para os funcionários, garantindo que eles compreendam a importância da qualidade e sustentabilidade e possam transmitir esses valores aos clientes.

Estratégia de Produto: investir em equipes de pesquisa e desenvolvimento para aprimorar constantemente as fórmulas dos produtos existentes e desenvolver novos produtos inovadores.

Realizar testes de mercado e coletar feedback dos clientes para garantir que os produtos atendam às suas expectativas e necessidades.

Manter-se atualizado sobre as últimas tendências de beleza e maquiagem, participando de feiras, eventos e conferências do setor.

Estratégia de Marketing: Contratar profissionais de marketing e publicidade para desenvolver campanhas criativas e impactantes.

Estabelecer parcerias estratégicas com influenciadores relevantes do nicho de beleza e maquiagem para promover os produtos da Glamour Cosméticos.

Investir em estratégias de marketing digital, como a criação de conteúdo relevante nas redes sociais, blogs e website da empresa, e usar anúncios online direcionados para alcançar o público-alvo.

Acompanhamento e Avaliação: Estabelecer indicadores-chave de desempenho para monitorar o progresso e o sucesso das estratégias implementadas.

Realizar análises periódicas para avaliar o desempenho das estratégias e identificar áreas de melhoria.

Realizar pesquisas de satisfação dos clientes para coletar feedback e identificar oportunidades de aprimoramento.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão: a missão de uma empresa é uma declaração concisa que descreve o propósito fundamental da organização, ou seja, por que ela existe, o que ela faz e para quem. A missão geralmente reflete a identidade, os objetivos e os valores da empresa.

Exemplo de uma empresa real: Patagonia

Missão: "Build the best product, cause no unnecessary harm, use business to inspire and implement solutions to the environmental crisis." (Construir o melhor produto, não causar danos desnecessários, utilizar os negócios para inspirar e implementar soluções para a crise ambiental.)

Visão: a visão de uma empresa é uma descrição aspiracional de onde a organização pretende chegar no futuro. Ela descreve a direção e os objetivos de longo prazo da empresa.

Exemplo de uma empresa real: Tesla

Visão: "To create the most compelling car company of the 21st century by driving the world's transition to electric vehicles." (Criar a empresa de carros mais atraente do século 21, impulsionando a transição do mundo para veículos elétricos.)

Valores: os valores são os princípios e crenças fundamentais que orientam o comportamento e as decisões da empresa. Eles refletem a cultura organizacional e influenciam as ações dos colaboradores.

Exemplo de uma empresa real: Amazon

Valores: "Ser a empresa mais centrada no cliente do mundo, onde os clientes possam encontrar e descobrir qualquer coisa que desejem comprar online."

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A nossa empresa Glamour Cosméticos tem como foco principal nossos clientes, a inovação está presente no dia a dia da nossa marca, com isso apresentaremos abaixo nossa missão, visão e valores.

- **Missão:** nosso principal objetivo é levar o melhor batom para os nossos clientes, fórmula que não causa impactos no meio ambiente, textura, pigmentação e durabilidade de excelente qualidade e com preço justo, realçando a beleza e trazendo uma maior autoestima aos nossos consumidores finais. Pensamos que pessoas com autoestima elevada, elevam outras pessoas deixando um mundo mais harmônico.
- **Visão:** Somos uma marca de visionários, acreditamos na qualidade dos nossos produtos e temos como objetivo ser a marca mais utilizada e vendida no mercado até 2025, para isso buscamos continuamente melhoria nos nossos processos de produção, qualidade e marketing.
- **Valores:** A nossa empresa tem o compromisso de oferecer os melhores produtos para os nossos clientes, nos comprometendo sempre com o seu bem estar e sua autoestima. Também nos comprometemos com o nosso meio ambiente, produzindo de forma sustentável nossos produtos, utilizando embalagens biodegradáveis, não realizamos testes em animais.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEOB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Autoconhecimento: “Eu, caçador de mim” o autoconhecimento é o primeiro passo para construir um planejamento estratégico pessoal sólido. Isso envolve entender nossas habilidades, interesses, valores e propósito de vida. Um exemplo prático para desenvolver o autoconhecimento é a prática da autorreflexão diária, reservando um tempo para questionar nossos ouvidos, motivações e o que nos traz satisfação. Além disso, buscar feedback de pessoas próximas e utilizar ferramentas como testes de personalidade também pode contribuir para um maior entendimento de si mesmo.

Foco: "Quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve" Ter clareza de objetivos e manter o foco é fundamental para alcançar o que desejamos. Um exemplo prático de aplicação do foco é estabelecer metas SMART (específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido). Definir metas específicas e acompanhar seu progresso regularmente, ajustando o curso quando necessário, ajuda a manter a direção e evitar distrações.

Ação: "1% de inspiração e 99% de transpiração" Ação é o passo que transforma ideias e intenções em realidade. É necessário agir de forma consistente para alcançar nossos objetivos. Um exemplo prático é a criação de um plano de ação, dividindo tarefas em etapas menores e estabelecendo prazos para cada uma delas. O comprometimento e a

disciplina são essenciais para realizar as ações necessárias e superar os desafios que surgem ao longo do caminho.

Avaliação: "O que não é medido, não é gerenciado" A avaliação contínua é vital para acompanhar o progresso e fazer ajustes quando necessário. Um exemplo prático é o uso de métricas e indicadores para avaliar o desempenho e o alcance das metas seguras. Isso pode envolver a criação de um painel de controle, onde é possível acompanhar e analisar aspectos importantes da vida pessoal, como saúde, finanças, relacionamentos e desenvolvimento profissional.

Ao aplicar esses conceitos no dia-a-dia, cada pessoa pode desenvolver um planejamento estratégico pessoal mais eficaz, direcionando suas ações de acordo com seus valores, objetivos e necessidades. O autoconhecimento, o foco, a ação e a avaliação se complementam e permitem uma trajetória mais consciente e realizada.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

<https://youtu.be/YMSWL0BgYog>

4. CONCLUSÃO

O planejamento estratégico é um método utilizado para definição de metas, empreendimento das ações e utilização de recursos da melhor forma possível para a tomada de decisões.

Com base nessa teoria criamos a empresa Glamour Cosméticos, uma empresa especializada em batons nas suas mais variadas formas, texturas e cores. Para a elaboração da Glamour Cosméticos foram necessários a abordagem de alguns pontos chave, como a análise do mercado da nossa empresa, identificando o nosso público alvo e os nossos concorrentes, analisamos também as nossas fontes de capital, a fim de identificarmos os recursos necessários para que a nossa empresa consiga se sustentar no mercado.

Conseguimos ainda apurar algumas características essenciais que um empreendedor necessita para que o seu negócio seja de excelência e que consiga atingir todos os objetivos almejados. Identificamos quais são os principais pilares da nossa organização, a sua missão, visão e valores.

Desta forma, podemos concluir que, o planejamento estratégico é essencial para toda e qualquer organização, independente do porte e do ramo de atividade, com ele conseguimos alcançar os objetivos financeiros e sociais dos gestores.

REFERÊNCIAS

www.luisguilherme.com.br

www.bcb.gov.br

<https://fia.com.br>

www.siteware.com.br

<https://conube.com.br>

www.significados.com.br

Dornelas, J Empreendedorismo; transformando ideias e negócios 7.ed.São Paulo

<https://youtu.be/YMSWL0BgYog>

ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO EM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
CURSO: TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: ANDERSON DA SILVA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: O projeto proposto é criar a empresa fictícia Glamour Cosméticos, especializada em bastões de alta qualidade. O objetivo é se tornar uma marca de referência no mercado de cosméticos, valorizando a individualidade e promovendo a inclusão. A equipe desenvolveu uma descrição da empresa, incluindo informações sobre o setor, concorrentes, clientes e produtos. Também abordamos questões estratégicas, como a definição da estratégia empresarial e sua implementação pelos gestores. Além disso, adotou os conceitos de missão, visão e valores, utilizando exemplos de empresas reais. Um vídeo foi criado para explicar a construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa.</p>
<p>Desafio: Apesar de termos enfrentado alguns desafios típicos do processo, não tivemos nenhuma dificuldade que impactasse negativamente o andamento do trabalho.</p>
<p>Cronograma das Ações: Dividimos via WhatsApp as tarefas entre os membros do grupo; realizamos conversas periódicas para acompanhar o progresso das tarefas e fazer ajustes, se necessário; desenvolvemos o conteúdo em vídeo do trabalho; colocamos como objetivo entregar o trabalho dentro do prazo estabelecido.</p>
<p>Síntese das Ações: Realizamos todas as definições do projeto via grupo de WhatsApp, mantendo os membros informados sobre as tarefas, o progresso e também fizemos pesquisas em fontes confiáveis e pertinentes ao tema do projeto. O Google Doc foi essencial para o trabalho, permitindo que todos os membros do grupo trabalhem juntos de forma eficiente evitando que sejam criadas várias versões do mesmo documento.</p>

a. Aspectos positivos: Aprendizado; aplicação prática; desenvolvimento de habilidades; criatividade e inovação e visão empreendedora.

b. Dificuldades encontradas: Foi um processo muito tranquilo e produtivo, e não encontramos nenhum obstáculo significativo durante o desenvolvimento do projeto.

c. Resultados atingidos: A realização desse trabalho nos ofereceu uma experiência enriquecedora, permitindo-nos consolidar conhecimentos, desenvolver habilidades e explorar o mundo do empreendedorismo de forma prática e aplicada.

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100050	ANDERSON DA SILVA
RA 1012023100021	GABRIELE LUCENA DE ALMEIDA
RA 1012023100152	TATIANE GALBIERE ARRUDA
RA 1012022200474	CLAUDIA APARECIDA LINHARES

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO EM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

CURSO: TECNOLOGIA EM MARKETING

MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

ESTUDANTE: GABRIELE LUCENA DE ALMEIDA

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto proposto é criar a empresa fictícia Glamour Cosméticos, especializada em bastões de alta qualidade. O objetivo é se tornar uma marca de referência no mercado de cosméticos, valorizando a individualidade e promovendo a inclusão. A equipe desenvolveu uma descrição da empresa, incluindo informações sobre o setor, concorrentes, clientes e produtos. Também abordamos questões estratégicas, como a definição da estratégia empresarial e sua implementação pelos gestores. Além disso, adotou os conceitos de missão, visão e valores, utilizando exemplos de empresas reais. Um vídeo foi criado para explicar a construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa.

Desafio: Apesar de termos enfrentado alguns desafios típicos do processo, não tivemos nenhuma dificuldade que impactasse negativamente o andamento do trabalho.

Cronograma das Ações: Dividimos via WhatsApp as tarefas entre os membros do grupo; realizamos conversas periódicas para acompanhar o progresso das tarefas e fazer ajustes, se necessário; desenvolvemos o conteúdo em vídeo do trabalho; colocamos como objetivo entregar o trabalho dentro do prazo estabelecido.

Síntese das Ações: Realizamos todas as definições do projeto via grupo de WhatsApp, mantendo os membros informados sobre as tarefas, o progresso e também fizemos pesquisas em fontes confiáveis e pertinentes ao tema do projeto. O Google Doc foi essencial para o trabalho, permitindo que todos os membros do grupo trabalhem juntos de forma eficiente evitando que sejam criadas várias versões do mesmo documento.

e. Aspectos positivos: Aprendizado; aplicação prática; desenvolvimento de habilidades; criatividade e inovação e visão empreendedora.
f.

g. Dificuldades encontradas: Foi um processo muito tranquilo e produtivo, e não encontramos nenhum obstáculo significativo durante o desenvolvimento do projeto.

h. Resultados atingidos: A realização desse trabalho nos ofereceu uma experiência enriquecedora, permitindo-nos consolidar conhecimentos, desenvolver habilidades e explorar o mundo do empreendedorismo de forma prática e aplicada.

i. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO
--

RA 1012023100050	ANDERSON DA SILVA
RA 1012023100021	GABRIELE LUCENA DE ALMEIDA
RA 1012023100152	TATIANE GALBIERE ARRUDA
RA 1012022200474	CLAUDIA APARECIDA LINHARES

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO EM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: TATIANE GALBIERE ARRUDA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

8. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: O projeto proposto é criar a empresa fictícia Glamour Cosméticos, especializada em bastões de alta qualidade. O objetivo é se tornar uma marca de referência no mercado de cosméticos, valorizando a individualidade e promovendo a inclusão. A equipe desenvolveu uma descrição da empresa, incluindo informações sobre o setor, concorrentes, clientes e produtos. Também abordamos questões estratégicas, como a definição da estratégia empresarial e sua implementação pelos gestores. Além disso, adotou os conceitos de missão, visão e valores, utilizando exemplos de empresas reais. Um vídeo foi criado para explicar a construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa.</p>
<p>Desafio: Apesar de termos enfrentado alguns desafios típicos do processo, não tivemos nenhuma dificuldade que impactasse negativamente o andamento do trabalho.</p>

Cronograma das Ações: Dividimos via WhatsApp as tarefas entre os membros do grupo; realizamos conversas periódicas para acompanhar o progresso das tarefas e fazer ajustes, se necessário; desenvolvemos o conteúdo em vídeo do trabalho; colocamos como objetivo entregar o trabalho dentro do prazo estabelecido.

Síntese das Ações: Realizamos todas as definições do projeto via grupo de WhatsApp, mantendo os membros informados sobre as tarefas, o progresso e também fizemos pesquisas em fontes confiáveis e pertinentes ao tema do projeto. O Google Doc foi essencial para o trabalho, permitindo que todos os membros do grupo trabalhem juntos de forma eficiente evitando que sejam criadas várias versões do mesmo documento.

j. Aspectos positivos: Aprendizado; aplicação prática; desenvolvimento de habilidades; criatividade e inovação e visão empreendedora.

k. Dificuldades encontradas: Foi um processo muito tranquilo e produtivo, e não encontramos nenhum obstáculo significativo durante o desenvolvimento do projeto.

l. Resultados atingidos: A realização desse trabalho nos ofereceu uma experiência enriquecedora, permitindo-nos consolidar conhecimentos, desenvolver habilidades e explorar o mundo do empreendedorismo de forma prática e aplicada.

m. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100050	ANDERSON DA SILVA
RA 1012023100021	GABRIELE LUCENA DE ALMEIDA
RA 1012023100152	TATIANE GALBIERE ARRUDA
RA 1012022200474	CLAUDIA APARECIDA LINHARES

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO EM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
CURSO: TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: CLÁUDIA APARECIDA LINHARES GUEDES
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE 2023

11. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: O projeto proposto é criar a empresa fictícia Glamour Cosméticos, especializada em bastões de alta qualidade. O objetivo é se tornar uma marca de referência no mercado de cosméticos, valorizando a individualidade e promovendo a inclusão. A equipe desenvolveu uma descrição da empresa, incluindo informações sobre o setor, concorrentes, clientes e produtos. Também abordamos questões estratégicas, como a definição da estratégia empresarial e sua implementação pelos gestores. Além disso, adotou os conceitos de missão, visão e valores, utilizando exemplos de empresas reais. Um vídeo foi criado para explicar a construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa.</p>
<p>Desafio: Apesar de termos enfrentado alguns desafios típicos do processo, não tivemos nenhuma dificuldade que impactasse negativamente o andamento do trabalho.</p>
<p>Cronograma das Ações: Dividimos via WhatsApp as tarefas entre os membros do grupo; realizamos conversas periódicas para acompanhar o progresso das tarefas e fazer ajustes, se necessário; desenvolvemos o conteúdo em vídeo do trabalho; colocamos como objetivo entregar o trabalho dentro do prazo estabelecido.</p>
<p>Síntese das Ações: Realizamos todas as definições do projeto via grupo de WhatsApp, mantendo os membros informados sobre as tarefas, o progresso e também fizemos pesquisas em fontes confiáveis e pertinentes ao tema do projeto. O Google Doc foi essencial para o trabalho, permitindo que todos os membros do grupo trabalhem juntos de forma eficiente evitando que sejam criadas várias versões do mesmo documento.</p>
<p>n. Aspectos positivos: Aprendizado; aplicação prática; desenvolvimento de habilidades; criatividade e inovação e visão empreendedora.</p>

o. Dificuldades encontradas: Foi um processo muito tranquilo e produtivo, e não encontramos nenhum obstáculo significativo durante o desenvolvimento do projeto.

p. Resultados atingidos: A realização desse trabalho nos ofereceu uma experiência enriquecedora, permitindo-nos consolidar conhecimentos, desenvolver habilidades e explorar o mundo do empreendedorismo de forma prática e aplicada.

q. Sugestões / Outras observações

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100050	ANDERSON DA SILVA
RA 1012023100021	GABRIELE LUCENA DE ALMEIDA
RA 1012023100152	TATIANE GALBIERE ARRUDA
RA 1012022200474	CLAUDIA APARECIDA LINHARES