



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
FoodLab: Laboratório Gastronômico

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

FoodLab: Laboratório Gastronômico

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Sara Andrella Ribeiro, RA 101202100614

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	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	17
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	17
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	20
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	21
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	22
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	22
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	23
4. CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	26
ANEXOS	27
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	28

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do projeto FoodLab - Laboratório Gastronômico é estabelecer um empreendimento inovador e revolucionário no setor alimentício, oferecendo aos clientes a oportunidade de personalizar suas experiências culinárias de maneira criativa e interativa, através da montagem de seus pratos. Visa preencher a lacuna existente no mercado, onde a oferta de serviços personalizados é limitada, proporcionando uma proposta única e diferenciada.

Para o desenvolvimento do FoodLab, a bagagem de conteúdo ofertada pelas unidades de estudo Gestão Empreendedora e Administração Estratégica foi crucial. Uma vez que, a Gestão Empreendedora impulsiona a criatividade, a inovação, adaptação, capacidade de tomar decisões inovadoras e arriscadas, identificação de oportunidades e o desenvolvimento de um modelo de negócios, enquanto a Administração Estratégica fornece a estrutura e o planejamento necessário para transformar ideias em ações, análises minuciosas do ambiente interno e externo, definição de metas e objetivos claros, identificação de oportunidades de mercado e na elaboração de estratégias competitivas.

Em síntese, a combinação dessas abordagens permite o FoodLab explorar novas oportunidades de mercado, estabelecer uma proposta de valor única e garantir sua viabilidade e sucesso no longo prazo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O FoodLab - Laboratório Gastronômico é um empreendimento que reflete o conceito de laboratório gastronômico, onde os clientes podem experimentar, explorar e criar pratos únicos de acordo com suas preferências individuais. Está inserido no setor alimentício, mais especificamente no segmento de restaurantes e serviços de alimentação.

Os possíveis concorrentes do FoodLab incluem restaurantes especializados em culinárias específicas e estabelecimentos que oferecem alguma forma de personalização. Entretanto, a proposta única do FoodLab como laboratório gastronômico, combinado com sua ênfase na criação e experimentação de novos sabores, texturas e técnicas culinárias, estabelece uma diferenciação significativa em relação aos concorrentes.

Os clientes do FoodLab são indivíduos que buscam experiências gastronômicas únicas e inesquecíveis. O público-alvo abrange amantes da gastronomia, pessoas com interesse culinário, grupos de amigos e famílias que desejam explorar e desfrutar de uma abordagem inovadora na hora de se alimentar.

Os produtos e serviços oferecidos estimulam a participação ativa dos clientes na criação de seus próprios pratos. O estabelecimento disponibiliza estações de criação equipadas com ingredientes frescos, utensílios de cozinha de alta qualidade e orientação de chefs especializados. Os clientes têm a liberdade de experimentar diferentes combinações de ingredientes, técnicas culinárias e apresentações visuais para formular suas refeições de acordo com suas próprias preferências. Além da personalização, o FoodLab promove eventos temáticos e workshops para compartilhar conhecimentos culinários, técnicas de preparação e incentivar a colaboração entre os participantes.

O empreendimento estabelece também parcerias com produtores locais, priorizando ingredientes frescos e sazonais para garantir a qualidade e a sustentabilidade dos pratos oferecidos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Baseando-se no perfil empreendedor descrito por Dornelas (2003), o perfil necessário para gerir o FoodLab é composto pelas seguintes características e competências:

1. **Visão e Inovação:** Visão clara do potencial do FoodLab e ser capaz de identificar oportunidades de mercado. Além disso, é importante ter habilidades de inovação, buscando constantemente novas ideias e abordagens para diferenciar o FoodLab dos concorrentes e atrair clientes.
2. **Orientação para o Cliente:** Forte orientação para o cliente, compreendendo suas necessidades, preferências e expectativas. É essencial criar uma experiência personalizada e agradável para os clientes do FoodLab, garantindo sua satisfação e fidelização.
3. **Habilidades de Gestão:** Habilidades de gestão sólidas, incluindo conhecimentos em finanças, recursos humanos, marketing e operações. Essas competências são necessárias para gerir eficientemente as operações do empreendimento, monitorar os custos, implementar estratégias de marketing eficazes e garantir o bom funcionamento do negócio.
4. **Criatividade e Adaptabilidade:** O empreendedor deve ser criativo, capaz de pensar fora da caixa e desenvolver novas ideias para aprimorar constantemente o FoodLab. É fundamental ser adaptável e capaz de lidar com mudanças e desafios inesperados no ambiente empresarial.
5. **Conhecimento Técnico:** Um sólido conhecimento técnico das operações gastronômicas, incluindo conhecimentos sobre culinária, manipulação de

alimentos, segurança alimentar e gestão de estoques. Isso é imprescindível para garantir a qualidade dos pratos oferecidos, a segurança dos alimentos e a eficiência das operações.

6. Liderança: Habilidades de liderança eficazes para motivar e inspirar a equipe do FoodLab. Ser capaz de delegar tarefas, fornecer orientação e apoio, e criar um ambiente de trabalho positivo e colaborativo.
7. Resiliência e Persistência: Por último e não menos importante, o empreendedor deve ser resiliente e persistente, pois o setor alimentício pode apresentar desafios e obstáculos ao longo do caminho. Lidar com pressões, contratempos e competição requer resiliência e a capacidade de persistir diante das adversidades.

A combinação dessas características e competências são indispensáveis para enfrentar os desafios do setor alimentício e garantir o sucesso do empreendimento.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Dada a imperativa demanda por capital para a etapa inicial e operacional do empreendimento FoodLab e seu contexto, as fontes de capital escolhidas são: recursos próprios e a aquisição de financiamento proveniente de terceiros.

O recurso próprio originário de uma herança é de R \$200.000, direcionado para cobrir as despesas primordiais, tais como aquisição de equipamentos, remodelação do espaço físico e despesas operacionais preliminares. Essa abordagem pretende conferir um maior controle sobre as atividades empresariais.

O financiamento de terceiros será realizado entre o empreendedor e um parente próximo, no valor de R \$300.000 com uma taxa de juros anual de 10% para ser reembolsado em parcelas mensais ao longo de um período de 5 anos (parcelas mensais de R \$6.352,85). Será utilizado para suprir a necessidade de capital adicional para o desenvolvimento e expansão do FoodLab.

Com base nas projeções financeiras, o FoodLab tem potencial para gerar uma receita anual de R \$600.000 e um lucro líquido de R \$100.000.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O FoodLab é um empreendimento cuja proposta está intimamente ligada ao inovador e revolucionário, visando proporcionar, como já citado anteriormente, uma experiência gastronômica única e personalizada aos seus clientes. Diferente dos estabelecimentos tradicionais, o FoodLab oferece um ambiente moderno e dinâmico, através de sua atmosfera acolhedora e decoração moderna industrial. O espaço é composto por estações de criação equipadas com ingredientes frescos e selecionados, utensílios de cozinha de alta qualidade e orientação de chefs especializados. Cada estação é projetada para proporcionar uma experiência interativa, permitindo aos clientes experimentar diferentes combinações de sabores, texturas e técnicas culinárias. Os clientes podem escolher entre opções como pratos da culinária asiática (sushi e stir-fry personalizados), pratos mediterrâneos (saladas e wraps customizáveis) ou até mesmo opções vegetarianas e veganas, como bowls de ingredientes frescos e sazonais.

A criação dos pratos é uma etapa fundamental da experiência gastronômica oferecida aos clientes, a interatividade entre o cliente e o estabelecimento é valorizada. A seguir, estão descritas as etapas de criação dos pratos no FoodLab:

1. Boas-vindas e Introdução: Ao entrar no FoodLab, o cliente é recebido por uma equipe treinada e apaixonada por gastronomia. Um atendente dedicado explica o conceito do estabelecimento e apresenta as opções disponíveis.
2. Escolha da Base: O cliente é convidado a escolher a base do prato, que pode ser arroz, macarrão, salada, wrap ou qualquer outra opção disponível. Essa escolha é fundamental, pois servirá de alicerce para as combinações de sabores que virão a seguir.
3. Seleção dos Ingredientes: Em seguida, o cliente é conduzido a um balcão repleto de ingredientes de alta qualidade. Eles incluem proteínas, como carnes, aves, peixes e opções vegetarianas, além de legumes, verduras, condimentos e molhos diversos. O cliente tem total liberdade para escolher os ingredientes que mais lhe agrada.

4. **Orientação e Sugestões:** Durante a seleção dos ingredientes, a equipe do FoodLab está sempre à disposição para oferecer orientações e sugestões aos clientes. Os atendentes são conhecedores dos diferentes ingredientes, técnicas de preparo e combinações de sabores, podendo auxiliar na criação de pratos equilibrados e saborosos. Eles compartilham dicas e informações sobre os ingredientes, fornecendo uma experiência educativa e enriquecedora.
5. **Preparo e Finalização:** Após a seleção dos ingredientes, o cliente entrega sua criação ao chef responsável. O chef realiza o preparo dos pratos com habilidade e cuidado, utilizando técnicas culinárias refinadas para realçar os sabores e garantir uma apresentação visualmente atrativa. O tempo de preparo pode variar de acordo com a complexidade e quantidade de pedidos, mas é feito de forma eficiente para que os clientes possam desfrutar de seus pratos o mais rápido possível.
6. **Degustação e Feedback:** Finalmente, o prato personalizado é entregue ao cliente em uma apresentação cuidadosa. O cliente é convidado a desfrutar de sua criação gastronômica única e a dar seu feedback sobre a experiência. A equipe do FoodLab valoriza a opinião dos clientes, buscando constantemente aprimorar e personalizar ainda mais os pratos oferecidos.

As etapas de criação dos pratos no FoodLab promovem a interatividade entre o cliente e o estabelecimento, permitindo que cada pessoa tenha uma participação ativa na elaboração de sua refeição. A equipe capacitada e a variedade de ingredientes disponíveis garantem uma experiência gastronômica personalizada e memorável, tornando o FoodLab um local único para os amantes da culinária.

Com relação ao mercado em que o FoodLab está inserido, verifica-se, mediante os dados apresentados pelo Olist Blog (OLIST BLOG, 2023) uma evidente expansão da demanda por experiências gastronômicas distintas e alinhadas às tendências contemporâneas de alimentação saudável. Embora não existam concorrentes diretos que ofereçam exatamente a mesma proposta do FoodLab, é importante considerar a concorrência indireta de outros estabelecimentos gastronômicos, como restaurantes,

cafeterias e food trucks. Esses estabelecimentos competem pelo mesmo público-alvo em busca de experiências gastronômicas inovadoras.

O público-alvo principal são os apreciadores de gastronomia, jovens, adultos e profissionais que buscam diversão, conexão e criatividade. Ademais, o empreendimento também atrai pessoas interessadas em culinária, nutrição e alimentação saudável. Oferece uma ampla variedade de produtos e serviços para atender às necessidades e preferências dos clientes. Além dos pratos personalizados, o estabelecimento oferece:

1. **Eventos Temáticos:** O estabelecimento será ambientado e os pratos oferecidos de acordo com o tema proposto. Esses temas são variados e alusivos às datas comemorativas amplamente difundidas na cultura global, como o Dia de los Muertos, uma celebração mexicana ocorrida em 02 de novembro.
2. **Workshops:** Serão convidados chefs locais com o intuito de fomentar o apoio a pequenos empreendimentos e empreendedores, proporcionando a oportunidade de ensinarem técnicas culinárias únicas e pratos específicos selecionados pelos clientes por meio das plataformas de redes sociais do FoodLab.

Para uma compreensão mais eficiente da proposta empreendedora do FoodLab, torna-se imprescindível a realização de uma análise SWOT (Strengths/Força, Weaknesses/Fraqueza, Opportunities/Oportunidade, Threats/Ameaça), que oferece uma visão abrangente dos principais aspectos internos e externos que podem influenciar o sucesso do novo negócio (FIGURA 1)

Figura 1 - SWOT FoodLab



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Através de um plano de negócios sólido, será possível capturar a demanda por experiências culinárias diferenciadas e estabelecer uma posição de destaque no mercado. No entanto, é necessário um gerenciamento eficiente, uma estratégia de marketing eficaz e um compromisso contínuo com a qualidade e a inovação para alcançar o sucesso a longo prazo. O FoodLab tem potencial de se tornar um ponto de referência para os amantes da gastronomia, proporcionando uma experiência única e memorável.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

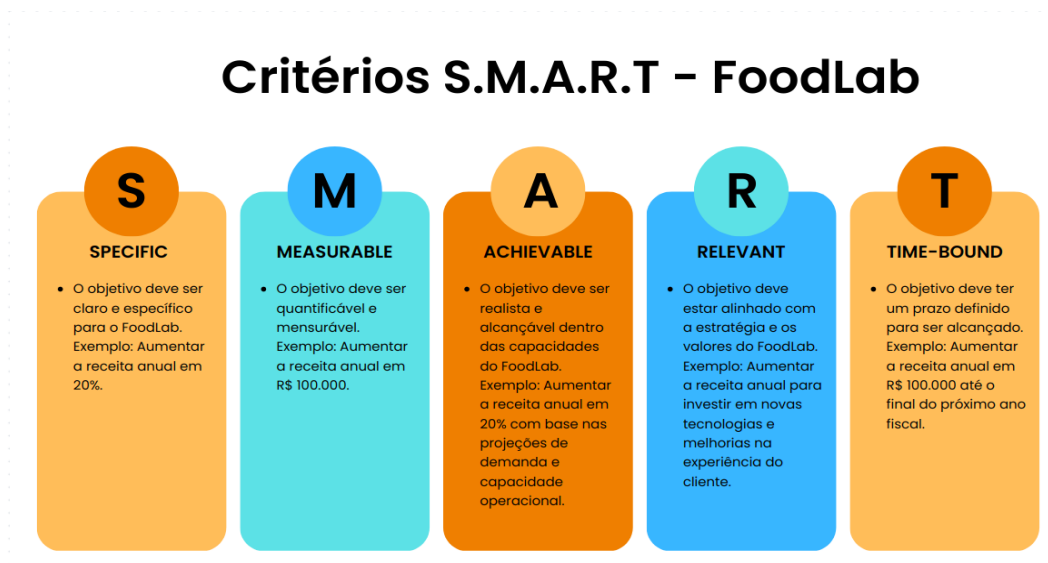
A estratégia empresarial é compreendida como um conjunto de planos e ações deliberadas que visam alcançar os objetivos organizacionais e maximizar o desempenho no longo prazo.

Como afirma Mintzberg (2003, p. 9),

O termo 'estratégia empresarial' refere-se ao conjunto de objetivos, planos e ações que uma empresa adota para alcançar uma posição competitiva sustentável em seu ambiente de negócios. É um processo contínuo de tomada de decisões que envolve a alocação de recursos, a definição do escopo de atuação da empresa e a criação de vantagens competitivas. A estratégia empresarial busca maximizar o desempenho da organização, considerando os recursos disponíveis, as condições do mercado e as expectativas dos stakeholders.

No contexto da FoodLab, a estratégia envolve a criação de uma proposta de valor única baseada na personalização e interatividade na criação de pratos gastronômicos, a fim de proporcionar uma experiência diferenciada aos clientes. Sendo assim, os gestores devem estabelecer objetivos claros, mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporalmente definidos (FIGURA 2). Esses objetivos devem estar alinhados com a proposta de valor da empresa e podem abranger aspectos como satisfação do cliente, aumento da participação de mercado, expansão geográfica e lançamento de novos produtos e serviços.

FIGURA 2 - SMART FoodLab



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

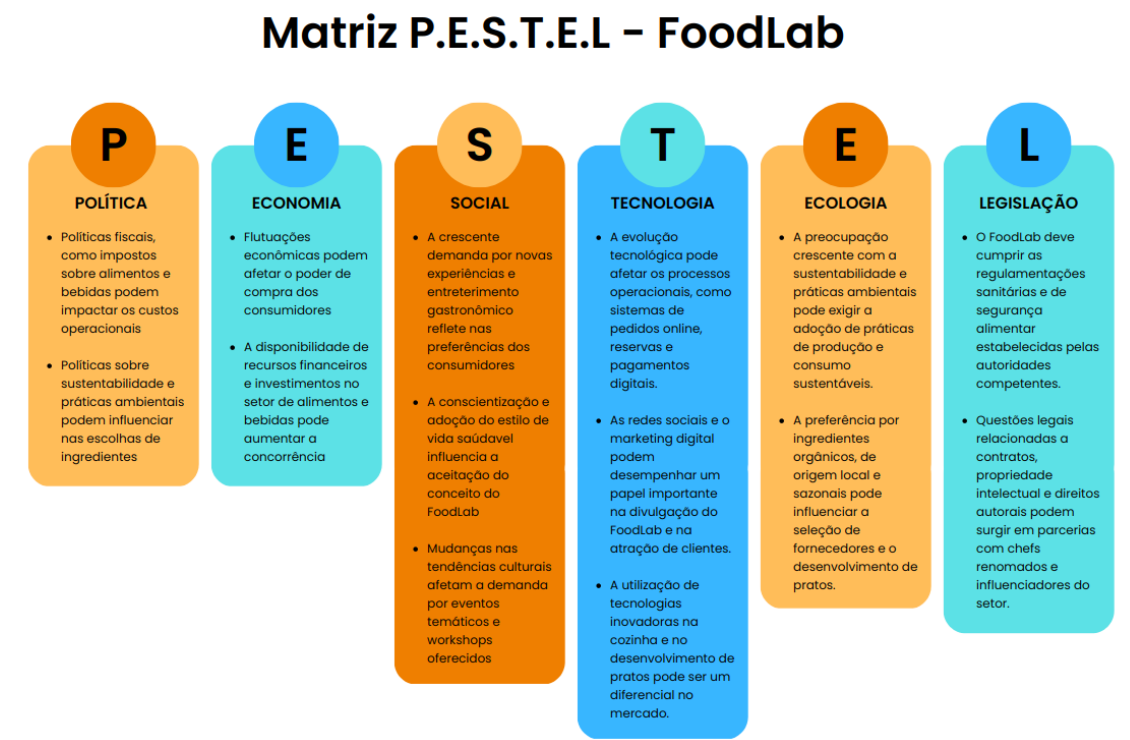
Estabelecido os objetivos, deve-se desenvolver detalhadamente o menu da FoodLab, considerando a seleção cuidadosa de ingredientes de qualidade e a diversificação das opções disponíveis para os clientes, estabelecendo processos operacionais eficientes, desde a aquisição dos insumos até a personalização dos pratos de forma ágil e consistente.

A capacitação da equipe é outro passo fundamental para o sucesso da implementação da estratégia. Os gestores devem oferecer treinamentos adequados aos colaboradores, a fim de capacitá-los em técnicas culinárias, conhecimento dos ingredientes e habilidades de atendimento ao cliente. Simultaneamente, se faz necessário uma comunicação eficaz da estratégia para que seja possível atrair e engajar os clientes, ou seja, uma estratégia de marketing alinhada à proposta de valor da FoodLab. Isso pode incluir a criação de materiais promocionais, a presença ativa nas redes sociais, parcerias estratégicas com influenciadores do setor gastronômico e ações de marketing que destaquem a experiência personalizada e inovadora oferecida pela empresa.

Por fim, a implementação da estratégia requer um processo contínuo de monitoramento e avaliação dos resultados. Os gestores devem estabelecer indicadores de desempenho relevantes, como satisfação do cliente, taxa de ocupação, repetição de

visitas e margem de lucro, para acompanhar o progresso da implementação da estratégia. Com base nessas informações, os gestores podem realizar ajustes e melhorias estratégicas necessárias para maximizar os resultados, sempre atentos às tendências de mercado, às preferências dos clientes e às oportunidades de inovação, a fim de garantir a competitividade e o sucesso sustentável da empresa no setor gastronômico. Para auxiliar nessas tarefas, os gestores podem fazer uso de ferramentas de análise, como por exemplo, o acrônimo PESTEL (FIGURA 3), uma vez que ajuda a identificar oportunidades emergentes e tendências que podem ser aproveitadas para o sucesso do empreendimento, bem como ameaças e desafios que devem ser considerados e mitigados, ao examinar cada dimensão da análise (política, econômica, social, tecnológica, ambiental e legal) .

FIGURA 3 - Análise PESTEL FoodLab



Fonte: elaborada pelo autor (2023)

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são três dos quatro elementos base no planejamento estratégico de uma organização. Fomentam o alinhamento das ações individuais e coletivas dos colaboradores com a estratégia global da empresa, o estabelecimento de metas, criação de uma cultura organizacional forte, direção clara e identidade única. Permitindo a definição de objetivos a longo prazo, impulsionando o crescimento e a inovação (FIGURA 4).

FIGURA 4 - Perguntas centrais dos conceitos valores, missão e visão



Fonte: Adaptada de Senge (2013).

A **missão** é uma declaração concisa que descreve o propósito fundamental da empresa, sua razão de existir. Ela responde à pergunta: "Qual é o nosso negócio e para quem o fazemos?". A missão deve ser clara, inspiradora e refletir os valores e a cultura da organização. Ela define o foco e o escopo das atividades da empresa, fornecendo uma diretriz para o desenvolvimento de estratégias e ações.

A **visão**, por sua vez, descreve o futuro desejado da empresa, sua aspiração de longo prazo. É uma imagem inspiradora e desafiadora que guia e motiva os colaboradores. A visão responde à pergunta: "Onde queremos chegar?". Ela deve ser ambiciosa, porém alcançável, e servir como um guia para o crescimento e o desenvolvimento da organização.

Os **valores** representam os princípios e crenças fundamentais que norteiam o comportamento e as decisões da empresa. Eles definem a cultura organizacional e estabelecem o padrão de conduta esperado de todos os envolvidos na organização, desde os colaboradores até os fornecedores e clientes. Influenciando as relações internas e externas da empresa, ajudando a construir uma reputação sólida e a criar uma identidade única.

Um exemplo da importância de uma boa definição para a missão, visão e valor de uma organização é o restaurante fast-food de hambúrguer McDonald's, referência mundial em estratégia de marketing, identidade visual e posicionamento de marca. Sua **missão** é servir comida de qualidade, gerando momentos deliciosos e acessíveis a todos. A **visão** é ser reconhecida por proporcionar diariamente a melhor experiência em cada um de nossos restaurantes, gerando valor para nossos colaboradores e acionistas. E o seu **valor** está em operar com responsabilidade e ética, valorizar as diferenças e incentivar a inclusão, promover a meritocracia e o trabalho em equipe, ser orientado ao resultado com empreendedorismo, fornecer qualidade, serviço e limpeza aos clientes e contribuir para o desenvolvimento das comunidades em que se atua.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Com base nas premissas discutidas no segmento anterior e no posicionamento estratégico almejado pela FoodLab, as diretrizes fundamentais que compõem sua declaração de missão, visão e valores são estabelecidas como segue:

Missão: Proporcionar uma experiência gastronômica única e personalizada, combinando criatividade culinária, interatividade e qualidade excepcional, para encantar e satisfazer nossos clientes, tornando-se referência no mercado alimentício.

Visão: Ser reconhecido como o principal destino gastronômico, onde os clientes podem desfrutar de pratos personalizados e experiências culinárias inovadoras, impulsionados pela criatividade, excelência e atendimento excepcional.

Valores: valorizamos e respeitamos a individualidade dos nossos clientes, estimulamos a criatividade e o conhecimento de culturas diversas, comprometemo-nos em oferecer ingredientes frescos e de alta qualidade, buscamos constantemente novas formas de agradar aos colaboradores e consumidores, adotamos práticas sustentáveis em todas as nossas operações, minimizando o impacto ambiental e promovendo a responsabilidade, valorizamos a honestidade, a ética e a transparência em todas as nossas relações.

Essa proposta de missão, visão e valores reflete o compromisso do FoodLab em oferecer uma experiência gastronômica única, inovadora e personalizada, impulsionada pela criatividade, qualidade e excelência, enquanto promove a sustentabilidade e a satisfação do cliente.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

- **Tópico 1:** Autoconhecimento: eu, caçador de mim

No primeiro tópico do “Conteúdo da formação para a vida: pensando estrategicamente”, foram abordados temas relacionados ao autoconhecimento, auto análise e definição de metas e objetivos. A importância de se conhecer plenamente para que seja possível traçar o melhor caminho para seus sonhos de vida, assim como, o uso da ferramenta SWOT/FOFA para um planejamento estratégico pessoal e/ou profissional. A matriz SWOT/FOFA para auto análise consiste em reconhecer as **forças** e **fraquezas** internas, capacidades e pontos a melhorar que podem ajudar ou limitar o alcance do propósito.

Exemplos de Força e Fraqueza:

- | | |
|--------------------------------|---|
| ● Domínio em mais de um idioma | ● Procrastinação |
| ● Habilidade com tecnologia | ● Currículo desatualizado para o mercado desejado |
| ● Proatividade | ● Dificuldade de realizar trabalho em equipe |

E as **oportunidades** e **ameaças** externas, fatores do ambiente externo que podem influenciar positiva ou negativamente.

Exemplos de Oportunidades e Ameaças:

- oportunidade de empreender
- chance de se qualificar em uma nova área de atuação
- vaga de emprego
- alterações na legislação que rege uma profissão
- barreiras para empreender na profissão
- altos custos para se qualificar na carreira.

Exemplo de análise SWOT/FOFA (FIGURA 5):

Figura 5: Exemplo de análise SWOT/FOFA



Fonte: conteúdo de formação para a vida: pensando estrategicamente (2023)

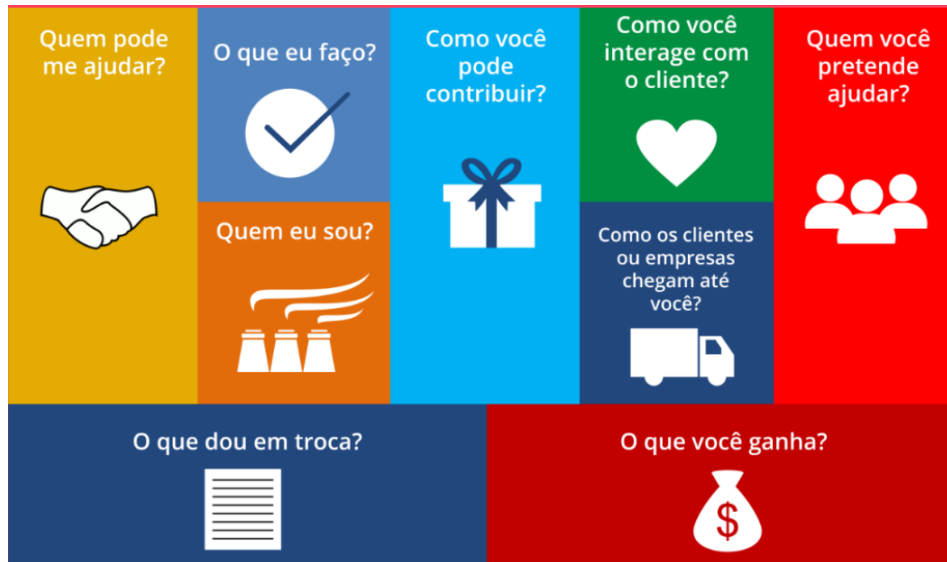
- **Tópico 2:** Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve

Em continuação ao conteúdo disposto no tópico anterior, o tópico dois discorre sobre a construção de uma trajetória de vida, que é influenciada por fatores internos e externos, exigindo um planejamento claro e viável alinhado ao propósito de vida. Diversas ferramentas podem ser utilizadas para traçar objetivos e realizar um planejamento eficiente, como a análise STOW/FOFA apresentada anteriormente.

O brainstorming é uma dessas ferramentas, através dele é possível gerar uma lista de ideias a serem avaliadas e filtradas. O funil de ideias permite a análise e refinamento que auxilia na seleção das melhores opções. A diferenciação desempenha um papel fundamental, auxiliando na identificação e aperfeiçoamento tanto das hard skills (habilidades técnicas) quanto das soft skills (habilidades interpessoais).

E por fim, o Modelo de Negócio Canvas pode ser uma ferramenta eficaz para desenvolver um planejamento, permitindo uma visão macro do contexto e adaptando-o conforme necessário (FIGURA 6).

Figura 6 - Modelo de Negócios Canvas



Fonte: conteúdo da formação para a vida: pensando estrategicamente (2023)

- **Tópico 3:** Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração
- **Tópico 4:** Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado

A síntese precisa apresentar exemplos práticos dos seus conteúdos, ou seja, de modo que possam ser utilizados ou verificados no dia-a-dia.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Foi realizado um podcast para a apresentação da Análise STOW como ferramenta pessoal, para destacar os pontos positivos, negativos, oportunidades e ameaças a partir do contexto do caso real que foi usado para exemplificação. O caso trata sobre o Heron, que possui um propósito de vida estabelecido mas tem dificuldade de ver com clareza o

caminho a ser seguido. O uso da matriz SWOT possibilitou analisar os fatores internos e externos que contribuem para o alcance dos objetivos.

Link do podcast:

https://youtu.be/LCAPq_QjVSs

4. CONCLUSÃO

Em conclusão, o empreendimento FoodLab apresenta uma proposta inovadora e diferenciada no setor alimentício, destacando-se pela personalização, interatividade e criatividade na criação de pratos gastronômicos. A empresa busca oferecer uma experiência única aos clientes, combinando ingredientes de qualidade, técnicas culinárias sofisticadas e um ambiente acolhedor.

A proposta de valor do FoodLab é respaldada por uma análise de mercado sólida, identificando lacunas existentes no mercado atual e oferecendo um serviço que atende às demandas dos consumidores em busca de experiências culinárias personalizadas. Além disso, a definição de uma identidade de marca forte, com uma missão, visão e valores bem estabelecidos, contribui para a construção de uma reputação sólida e uma conexão emocional com os clientes.

No entanto, a criação do FoodLab também pode enfrentar algumas dificuldades no processo de elaboração e implementação do empreendimento. Entre as possíveis dificuldades estão a concorrência, gestão operacional e aceitação do público. Para superar essas dificuldades, os gestores do FoodLab devem estar preparados para enfrentar desafios e tomar decisões estratégicas adequadas. A adoção de uma abordagem empreendedora, com foco na inovação, adaptação e aprendizado contínuo, será essencial para o sucesso do empreendimento.

Em suma, o FoodLab representa uma proposta de negócio promissora no setor alimentício, com um conceito diferenciado e uma abordagem estratégica bem fundamentada. Ao superar as dificuldades inerentes à criação de um empreendimento

inovador, o FoodLab tem o potencial de se destacar no mercado, atrair uma base sólida de clientes e se estabelecer como uma referência na oferta de experiências gastronômicas personalizadas e criativas.

REFERÊNCIAS

ADECON CONSULTORIA EMPRESARIAL. A Estratégica de marketing do McDonald's. Disponível em <https://www.adeconconsultoria.com.br/estrategia-de-marketing-do-mcdonalds/#:~:text=Miss%C3%A3o%3A%20Servir%20comida%20de%20qualidade,para%20nossos%20colaboradores%20e%20acionistas/>. Acesso em: 13 jul. 2023.

DORNELAS, J. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

MINTZBERG, H., AHLSTRAND, B., & LAMPEL, J. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2003

OLIS BLOG. Números e tendências do setor de Alimentos e Bebidas que você não pode ignorar em 2023. Disponível em: <https://olist.com/blog/pt/como-vender-mais/inteligencia-competitiva/setor-de-alimentos-e-bebidas/>. Acesso em: 09 jul. 2023.

ANEXOS

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório das Atividades de Extensão
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. Danilo Morais Doval, PROF. Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Sara Andrella Ribeiro
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: A proposta do atual módulo é um brainstorm empresarial, ou seja, uma “chuva” de ideias para um novo empreendimento. Foi elaborado por este P.I a criação de uma nova empresa no ramo alimentício, contendo todas as informações necessárias para a iniciação do novo negócio.
Desafio: Dentre os desafios encontrados no decorrer da elaboração do Projeto, os principais foram: escolher qual das ideias de um novo empreendimento era a melhor e mais viável e interligar os conteúdos das unidades de estudo com os dados encontrados na internet para que tudo ficasse coeso e coerente.
Cronograma das Ações: Foi definido as três primeiras semanas (01-19/05) de maio como o período das pesquisas, coleta de dados e rascunho do Projeto e do dia 20/05 ao 13/06 execução.
Síntese das Ações: Pesquisas a respeito do setor alimentício, demandas e oferta do mesmo, releitura dos livros disponíveis nas unidades de estudo, rever as vídeo aulas, esboço das idéias, escrita do rascunho, escrita do Projeto oficial, revisão e finalização.
a. Aspectos positivos - quantidade enorme de aprendizado extra durante as pesquisas e elaboração, melhor compreensão dos conteúdos das unidades de estudo.
b. Dificuldades encontradas - sintetizar os conteúdos com as propostas de cada tópico do projeto.

c. Resultados atingidos - elaboração completa do Projeto, aumento na bagagem de conhecimentos.

d. Sugestões / Outras observações -

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 101202100614

NOME Sara Andrella Ribeiro