



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

Administração

Contabilidade

Logística

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CAFÉ LITERÁRIO

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Administração
Contabilidade
Logística

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CAFÉ LITERÁRIO

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Evelyn Alves Almeida Sales, RA 1012022200174

Kamille Gabriela Bueno, RA 1012023100298

Rafael D. P. F. Machado, RA 1012023100357

Victor Hugo G. de Sousa, RA 1012022200537

Rafael Eduardo Servelino, RA 1012023100224

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	8
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	10
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	13
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	32
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	32
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	33
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	36
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	39
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	39
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	44
4. CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS	48
ANEXOS	52
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	53

1. INTRODUÇÃO

O projeto de uma cafeteria e livraria é a proposta de criar um espaço único onde a leitura e o café se encontram, proporcionando uma experiência cultural e gastronômica enriquecedora. Exploraremos essa combinação, que visa oferecer aos clientes um ambiente acolhedor para se perder nas páginas de um livro enquanto saboreiam uma deliciosa xícara de café.

A cafeteria encantará os clientes com uma variedade de opções de café. Os clientes poderão apreciar bebidas aromáticas e saborosas enquanto desfrutam de um ambiente acolhedor, ideal para momentos de leitura e relaxamento.

A livraria será cuidadosamente organizada, oferecendo uma ampla seleção de livros que abrange diversos gêneros e estilos literários. Os visitantes poderão explorar narrativas envolventes, desde clássicos até os lançamentos mais recentes, estimulando sua curiosidade e expandindo seus horizontes literários.

A proposta desse projeto é criar um espaço convidativo, onde pessoas de diferentes idades e interesses possam se reunir, descobrir novas histórias, relaxar e desfrutar de uma experiência cultural completa.

Neste trabalho, serão explorados perfis dos empreendedores, fontes de capital, propostas, estratégias empresariais e missão, visão e valores para que um novo negócio tenha sucesso no mercado.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Café Literário é um espaço que combina uma boa xícara de café com a magia dos livros. Com seu CNPJ registrado sob o número *****.***.***/0001-****, é uma cafeteria e livraria localizada na Avenida Dona Gertrudes, 199 - São João da Boa Vista.

Ao entrar no Café Literário, os clientes são recebidos por um ambiente acolhedor e inspirador.

Baristas especializados preparam uma ampla variedade de bebidas, desde os clássicos expressos e cappuccinos até opções mais elaboradas, como lattes decorados e frappés refrescantes, e também várias opções de salgados e doces. A qualidade garante uma experiência incrível.

Prateleiras repletas de livros de diversos gêneros e estilos literários convidam os visitantes a embarcar em aventuras literárias, mergulhando em histórias cativantes e explorando novos mundos imaginários

O ambiente é aconchegante e convidativo. Os móveis confortáveis, as mesas bem iluminadas e os cantos aconchegantes permitem que os leitores encontrem o local perfeito para se acomodar e mergulhar em suas leituras preferidas.

Café Literário é mais do que uma simples cafeteria e livraria - é onde as palavras ganham vida, os aromas despertam os sentidos e as páginas se misturam aos sabores.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A proposta do novo negócio trata-se de uma empresa alimentícia com foco no café. Refere-se a um local agradável que une o clássico e o moderno, possui uma decoração arrojada e sofisticada, contando com um ambiente clean para transmitir tranquilidade, une desde madeira clara há móveis aveludados oferecendo maior conforto aos clientes, além de uma considerável biblioteca, onde contém diversos livros para agrado de todos. Conta com uma marca registrada, que são os uniformes dos funcionários - calça ou saia preta, blusa branca com gravata borboleta e um avental personalizado com a logo do café. Assim será o café literário, um espaço tranquilo, onde poderá ser degustado diferentes tipos de cafés e pratos gourmetizados, ler um livro ou navegar na internet.

O Café Literário será localizado em um ponto estratégico, próximo de escolas, consultórios médicos e universidades. Tem como público alvo jovens e adultos que buscam desde um lanche rápido, há possibilidade de dedicar um tempo para relaxar lendo um livro, navegando na internet e degustando com tranquilidade um café de qualidade, além de proporcionar Wi-Fi aos clientes que desejam estudar ou trabalhar em nosso estabelecimento. E para os clientes que desejam desfrutar de nossos produtos em suas próprias residências, terá a opção de delivery.

O cardápio contém uma seleção de diferentes cafés e bebidas à base de cafés como Café Espresso, Macchiato, Café Latte, Café americano, Cappuccino, Café Gelado, Cold Brew, Frappé, Café Affogato. Salgados dos mais refinados aos mais tradicionais: Canapés, Risoli de Camarão, Folhados, Tortas, Crepes, Torradas, Croissant, Empadas, Crepes, pão de queijo. E toda linha de doces: Muffins e Brownies que podem ser acompanhados de sorvete, Cookie, Milk Shake e o irresistível Petit Gateau. Todos produzidos com ingredientes rigorosamente selecionados, rapidez e cortesia no

atendimento, limpeza das instalações, tudo para proporcionar ao cliente a melhor experiência de sua vida com uma refeição saborosa, higiênica e em um ambiente tranquilo e agradável.

➤ Dados da empresa:

Nome Fantasia: Café Literário Ltda

CNPJ/CPF: **.***.***/0001-**

Endereço Eletrônico: cafeliterario@gmail.com

Telefone: (**) *****_****

➤ Sócios:

Os sócios são responsáveis pela direção dos setores da empresa de acordo com sua capacitação e atuação da área.

1. Evelyn Alves Almeida Sales

Responsável por controlar financeiramente a empresa, registrando todas as movimentações, demonstrativos financeiros e balanços patrimoniais contando ativos, custos, despesas, entre outros dados da empresa.

2. Nome: Kamille Gabriela Bueno

Responsável pelo setor de segurança do trabalho e saneamento, responsável pela parte burocrática e prática da vigilância sanitária, Realiza o cuidado para que tudo esteja conforme as normas e NR's e que os colaboradores se atentem a higiene necessária, tendo como prioridade o zelo pela saúde e segurança dos mesmos.

3. Nome: Rafael Demétrius Prates Fernandes Machado

Responsável pelo marketing e relação com os clientes. Divulga produtos e cria estratégias para aumentar as vendas, analisa dados, cuida da publicidade, vendas e comportamento do consumidor. Além disso, tem contato direto com os clientes,

solucionar problemas, registra e encaminha demandas para áreas responsáveis e acompanha os feedbacks dos clientes.

4. Nome: Rafael Eduardo Servelino

Sócio responsável por coordenar o time de Recursos Humanos, desenvolver estratégias alinhadas com o objetivo do negócio, suprimindo necessidades do departamento, além de acompanhar as metas e escolher os melhores e competentes funcionários para o estabelecimento.

5. Nome: Victor Hugo de Souza

Responsável pela Gestão de Produção e Logística. Controla a produção e a qualidade dos produtos, garantindo metas, quantias e prazos. Além de gerenciar e otimizar o fluxo de materiais, informações e controle de estoque. Atua desde o planejamento até a entrega final ao cliente, buscando sua satisfação.

O Café Literário atua com quatro principais valores: Paixão pela literatura, qualidade e excelência nos produtos e atendimento, ambiente acolhedor e inspirador e responsabilidade social e ambiental.

A política do Café Literário estabelece que todos os colaboradores cumpram todas as leis, ética e regulamentos, levando a honestidade e simpatia como um recurso valioso, onde nenhum funcionário dispõe de autoridade para solicitar qualquer ação que viole essa política. Além disso, buscamos promover a inter-relação entre as pessoas e os livros, incentivando o diálogo, estudo e claro, a literatura.

Deste modo, a intenção é criar um ambiente acolhedor, que traga bons sentimentos, conforto e bem-estar, proporcionando uma experiência única e agradáveis momentos de descontração, trabalho e estudos.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O termo empreendedorismo não possui uma definição única, mas podemos dizer que é considerado um desafio, onde o retorno na maioria das vezes é a satisfação econômica e pessoal do empreendedor. É considerado como um processo de criação de algo novo ou a inovação de algo já existente, onde exige dedicação e esforço do empreendedor.

Não necessariamente um empreendedor é o dono de uma empresa, pode ser um colaborador com foco e vontade de crescer, apresentando projetos inovadores para evoluir junto com a empresa.

Assim como o empreendedorismo, o empreendedor também tem um papel importante na evolução do negócio e no desenvolvimento da sociedade, é ele que enxerga oportunidades, produz novas ideias e é motivado pelo desejo de se realizar, fazendo sua empresa crescer.

O perfil do empreendedor é formado ao longo de sua vida, com base nos seus conhecimentos e experiências, tem habilidades em avaliar oportunidades, buscar recursos para sua evolução e de seu negócio. Além disso, possui uma soma de atitudes e características que o ajudam em sua trajetória, como por exemplo a autoavaliação, autocrítica e autocontrole.

As experiências do empreendedor são importantes para o empreendimento, mas não são um critério, é possível desenvolver um comportamento empreendedor onde ajuda a enfrentar os desafios de um mercado competitivo. Dentre as principais características atribuídas ao empreendedor, temos:

- Motivação;
- Visão e criatividade;
- Inovação;
- Decisão e atitude;
- Iniciativa e coragem;

- Networking;
- Trabalho em equipe;
- Planejamento.

Outro aspecto importante é a educação, idade e o histórico profissional do empreendedor, onde impactam diretamente no crescimento e sucesso do negócio. Além disso, experiências em negócios anteriores proporcionam conhecimentos exigidos para a administração de uma empresa independente, como por exemplo o conhecimento em finanças, marketing e planejamento estratégico.

Na proposta do novo negócio, trata-se de uma empresa a ser criada no ramo alimentício, com foco inicial a variados tipos de cafés e bebidas a base de café. O empreendedor de uma nova cafeteria deve se atentar aos produtos oferecidos e a um bom atendimento, pois é preciso deixar uma boa impressão de imediato no cliente. Dentro desse objetivo, é importante que o empreendedor tenha gosto por cafés e pela gastronomia oferecida. Além disso, a satisfação do cliente é um ponto crucial para o negócio, assim como é uma motivação para o empreendedor em querer continuar e crescer cada dia mais.

Algumas características importantes para um empreendedor de cafeteria é estar em busca de informações, tomar decisões e atitudes importantes, com isso deve estar em busca de dados e informações, buscando inovar a cada dia seu negócio, além de ter o conhecimento do seu público alvo e seus interesses, proporcionando um ambiente agradável e experiências únicas aos seus clientes. Deve tomar decisões sobre o cardápio e como servir seus produtos, decidir sobre quais cafés serão servidos e, no caso do novo negócio, ter um espaço mais clássico, disponibilizando livros de diversos assuntos para os clientes que desejam mergulhar no mundo literário e internet e wi-fi livre para aqueles que desejam trabalhar e estudar, sempre pensando no que o cliente deseja.

A qualidade deve ser o foco. O perfeccionismo equilibrado, a exigência com a equipe e o cuidado com os detalhes são exigências dos empreendedores de sucesso. O atendimento cordial e a qualidade dos produtos, com ingredientes rigorosamente selecionados, produtos e bebidas inovadoras e gourmetizadas feitas por profissionais e

com lindas apresentações, agilidade, gentileza e cortesia no atendimento para proporcionar um momento saboroso em um ambiente tranquilo e acolhedor aos clientes.

O mercado atual está cada vez mais competitivo e exige muita dedicação e eficiência administrativa para garantir a sobrevivência e o crescimento do empreendimento. Assim, pode-se afirmar que a chave do sucesso de uma nova cafeteria está na capacidade empreendedora dos administradores, seja para encontrar o equilíbrio entre a forte concorrência ou para administrar corretamente pessoas e processos, visando satisfazer o cliente e obter as maiores margens de lucros. Por isso, o conhecimento financeiro, administrativo, marketing e obter um planejamento estratégico é tão importante para a evolução do negócio.

Além disso, o estabelecimento de metas é essencial, é preciso saber aonde quer chegar e como fazer para alcançar. Estabelecer objetivos, tanto curto como de longo prazo, criando também metas desafiadoras, porém possíveis de serem realizadas, como exemplo abrir uma filial, aumentar a gama de produtos oferecidos ou ser uma empresa destaque e referência no ramo do café. O monitoramento do planejamento também é uma característica forte de um empreendedor e deve ser acompanhado e adaptado sempre que necessário, seja porque o plano não está seguindo com o esperado, seja porque surgiram mudanças que precisam ser consideradas.

Além de todas as características já citadas, temos a independência, autoconfiança, rede de contatos, cálculo de risco, comprometimento e persistência. São características fortes de um empreendedor no ramo de café que, além de tudo, está sempre em busca de inovação, conhecimento e a satisfação de seus clientes.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Um dos grandes desafios dos empreendedores é buscar recursos para a abertura e/ou crescimento de seu negócio. Ficando este, incumbido de analisar cuidadosamente as fontes de capital disponíveis para o feito, além disso, o empreendedor deve ponderar se está preparado para contrair uma dívida ou se possui recursos próprios para alavancar seu empreendimento, e se for este o caso, se sozinho consegue arcar com todos os custos, ou se precisará de sócios para contribuir.

O capital nada mais é do que o montante necessário e essencial para a abertura de uma empresa ou empreendimento, vai determinar a capacidade operacional e os investimentos para a formalização e cumprimento dos custos iniciais do negócio, sem deixar de considerar o tempo previsto que o empreendimento não gerará lucros, ou seja, o empreendedor deve estar ciente que há um período sem retorno considerável e se seu capital consegue manter o empreendimento em funcionamento durante esse tempo.

O capital não se resume somente ao valor em moeda, mas também em bens como imóvel, maquinário e tudo aquilo que pode servir como uma base financeira que custeie a abertura e o início das operações.

Basicamente há duas fontes de capital disponíveis: o capital próprio e o capital de terceiros, também conhecido como capital por endividamento. E a escolha da melhor forma de capitalização para o negócio vai depender da origem do capital, ou seja, de onde e de que forma surgiu o montante, da situação atual do empreendedor e os riscos que ele está disposto a enfrentar.

- Capital próprio: depende apenas da reserva de capital disponibilizada pelos sócios. É o investimento dos próprios empreendedores em seu negócio. O modo mais seguro, já que não terá que custear um endividamento caso o negócio não vingue. Porém cada sócio investidor tem direito a sua parcela de participação no negócio, nas tomadas de decisão e seus lucros, sendo assim, o empreendedor deve calcular se a sociedade será benéfica e harmônica.
- Capital por endividamento: depende da capitalização de investidores, empréstimos e financiamentos. Diferentemente do capital próprio, aqui, o empreendedor não precisa conceder uma parcela de seu negócio a outro sócio, porém deve estar ciente que estará contraindo uma dívida e se conseguirá honrá-la. Apresenta maior risco aos empreendedores pois é necessário um empréstimo com juros, além de exigir que alguns tipos de bens sejam usados como garantia, como por exemplo imóveis e automóveis. No curto prazo, o empréstimo serve para gerar capital de

giro. No longo prazo, o empréstimo destina-se à aquisição de algum ativo.

São alguns exemplos de capital de empréstimos:

- ❖ Linhas de financiamento convencionais: são operadas por bancos comerciais, funcionam através de contratos de empréstimo, onde são exigidas garantias reais e aval. Possuem prazo curto.
- ❖ Linhas de financiamento subsidiadas/especiais: são disponibilizadas pelo governo e operadas por agentes oficiais e bancos comerciais. As condições são melhores do que as convencionais, principalmente com relação aos juros e prazos, porém grande parte delas exige garantias reais.
- ❖ Programas de incentivos à capacitação e desenvolvimento: recursos disponibilizados pelo governo e operados pelos ministérios. São recursos a fundo perdidos, com contrapartida dos projetos desenvolvidos pelas empresas.

Tendo em vista os pontos apresentados acima, os integrantes deste projeto integrado optou para o desenvolvimento da empresa fictícia Café Literário o capital próprio, já que soma-se cinco sócios com experiências distintas que agregam ao negócio, com recurso disponível para investir no empreendimento. Em debate foi apontado que não haveria vantagem em contrair uma dívida com instituições financeiras para o desenvolvimento do negócio.

Após as análises contábeis, o montante necessário para alavancar o empreendimento está apresentado nos itens principais, que incluem:

Quadro 01 : Resumo do montante necessário para o empreendimento.

ITEM	INVESTIMENTO NECESSÁRIO (R\$)
Aluguel do imóvel	3.265,00 (mensal)
Maquinário e Móveis	79.000,00
Colaboradores	7.500,00 (mensal)
Fornecedores	5.350,00 (mensal)

Marketing	2.480,00 (por contrato de tempo determinado)
TOTAL	97.565,00

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

Deve ser levado em consideração uma margem para funcionamento por seis meses, contando que não tenha retorno significativo, assim a estimativa mínima para o montante é de R\$180.000,00.

Cada sócio teria que investir o recurso de R\$36.000,00

O capital social da empresa é composto pelo capital dos próprios sócios. O investimento total é de R\$180.000,00 subdividido em partes igualitárias entre cada sócio. Conforme demonstrado no quadro *:

Quadro 02 : Investimento inicial mínimo necessário de cada sócio.

SÓCIOS	INVESTIMENTO (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Evelyn Alves	36.000,00	20
Kamille Bueno	36.000,00	20
Rafael Demétrius	36.000,00	20
Rafael Eduardo	36.000,00	20
Victor Hugo	36.000,00	20
TOTAL	180.000,00	100

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A proposta do empreendimento desenvolvido pelos integrantes deste projeto integrado será apresentada através do Plano de Negócio que visa conter as informações acerca do conceito do negócio vigente, os riscos, os concorrentes, o perfil dos clientes, as estratégias de marketing e plano financeiro.

O Plano de Negócio proporciona ao empreendedor um guia para organizar as ideias para o início e serve como uma apresentação aos interessados do novo empreendimento, assim como conduz a expansão de empresas em atividade, apontando à gestão suas estratégias.

Segundo SEBRAE o plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Diz ainda que um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

A ideia de estruturar um plano de negócios consiste em ter o máximo de informações possíveis sobre o mercado que a empresa se fará presente, assim contribuindo para uma boa decisão estratégica.

- ❖ Sumário Executivo: Onde deve focar na descrição completa da empresa. O mercado que o empreendimento fará parte e as vantagens competitivas do negócio. Sem deixar de fora questões burocráticas como dados dos sócios, missão, visão e valores. Resumo dos principais pontos do plano de negócio. Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições. Dados do empreendimento. Setores de atividade. Forma jurídica. Enquadramento tributário. Capital social. Fonte de recursos.

- Resumo dos principais pontos do plano de negócio:

O plano apresentado refere-se a uma cafeteria de nome fantasia Café Literário localizado em Avenida Dona Gertrudes, 199 - São João da Boa Vista. A escolha do local trata-se de um ponto estratégico próximo a escola de ensino fundamental e médio, faculdades/universidades e prédios comerciais/médicos. Buscando atender o público juvenil e adulto pois o empreendimento oferece produto, ambiente e experiência que agrada e interessa a esta faixa etária, e a este segmento de clientes (estudantes e trabalhadores) visto que os índices (segundo o ABIC - Associação Brasileira da

Indústria do Café) destaca que houve um aumento de entusiastas e apreciadores da bebida cafeinada e seus subprodutos após a pandemia COVID-19.

O Café Literário preza por um ambiente tranquilo, agradável e gourmetizado, que traz como diferencial a disponibilidade de livros de diversos gêneros de livre acesso para que os clientes possam apreciar um tempo mais tranquilo. Traz como principal produto o café e bebidas a base de café como Café Espresso, Café Ristretto, Macchiato, Café Latte, Café americano, Cappuccino, Mocha, Mocaccino, Café Gelado, Cold Brew, Café Affogatto, Frappé.

O capital social da empresa é composto pelo recurso dos próprios sócios. O investimento é de R\$180.000,00 subdividido em partes igualitárias entre cada sócio.

O faturamento mensal estima-se entre R\$25.000,00 e R\$30.000,00. Tendo a margem de lucro na média de 15%.

Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições:

Evelyn Alves Almeida Sales,

Telefone: (**)*****

Email: evelyn.sales@sou.unifeob.edu.br

Encontra-se ativo atualmente no mercado como profissional da área de administração, atuando em clínica odontológica estética, com experiência na área contábil e administrativa. cursando ensino superior na área de Ciências Contábeis na UNIFEOB (Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos).

Kamille Gabriela Bueno,

Telefone: (**)*****

Email: kamille.bueno@sou.unifeob.edu.br

Encontra-se ativo atualmente no mercado como profissional da área de administração, atuando em uma empresa multinacional em Poços de Caldas, com experiência na área Administrativa e Saúde e Segurança do Trabalho. cursando ensino superior na área de Administração na UNIFEOB (Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos).

Rafael Demétrius Prates Fernandes Machado,

Telefone: (**)*****

Email: rafael.demetrius@sou.unifeob.edu.br

Cursando ensino superior na área de Administração na UNIFEOB (Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos).

Rafael Eduardo Servelino,

Telefone: (**)*****

Email: rafael.sevelino@sou.unifeob.edu.br

Encontra-se ativo atualmente no mercado como profissional da área de administração, atuando em uma empresa de Logística na cidade de Aguai, com experiência na área contábil e administrativa. Cursando ensino superior na área de Logística na UNIFEOB (Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos).

Victor Hugo de Sousa,

Telefone: (**)*****

Email: v.hugo@sou.unifeob.edu.br

Encontra-se ativo atualmente no mercado como profissional da área de administração, atuando no Município de Espírito Santo do Pinhal, com experiência na área logística e administrativa. Cursando ensino superior na área de Administração na UNIFEOB (Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos).

Os sócios são responsáveis pela direção dos setores da empresa, de acordo com a capacitação e atuação na área:

A sócia Evelyn Alves controla as finanças da empresa, responsável por todas as atividades e movimentações financeiras do empreendimento, bem como pagamentos, controle de entrada e saída, contratos e pagamento dos fornecedores.

A sócia Kamille é responsável pela segurança do trabalho e saneamento, cuidando da parte burocrática e prática da vigilância sanitária. Tomando o cuidado para que tudo esteja conforme as normas e que os colaboradores se atentem a higiene necessária. E o zelo pela saúde e segurança dos mesmos.

O sócio Rafael Demetrius é responsável pelo marketing e relação com os clientes. Divulga produtos e cria estratégias para aumentar as vendas, analisa dados, cuida da publicidade, vendas e comportamento do consumidor. Além disso, tem contato direto com os clientes, solucionar problemas, registra e encaminha demandas para áreas responsáveis e acompanha os feedbacks dos clientes.

O sócio Rafael Eduardo é responsável por coordenar o time de Recursos Humanos, desenvolver estratégias alinhadas com o objetivo do negócio, suprimindo necessidades do departamento, além de acompanhar as metas e escolher os melhores e competentes funcionários para o estabelecimento.

O sócio Victor é responsável pela Gestão de Produção e Logística. Controla a produção e a qualidade dos produtos, garantindo metas, quantias e prazos. Além de gerenciar e otimizar o fluxo de materiais, informações e controle de estoque. Atua desde o planejamento até a entrega final ao cliente, buscando sua satisfação.

➤ Dados do empreendimento:

Nome da empresa: Café Literário Ltda.

CNPJ/CPF: **.***.*** /0001-**

Missão da empresa: Nossa missão é criar um espaço acolhedor e inspirador onde as pessoas possam desfrutar de uma excelente xícara de café enquanto exploram o mundo da literatura. Queremos oferecer uma experiência única aos nossos queridos clientes, combinando o prazer da leitura com o prazer de saborear uma bebida deliciosa. Nosso objetivo é promover a cultura literária e incentivar o hábito da leitura, proporcionando um ambiente tranquilo e agradável para que todos possam relaxar, se conectar com os livros e desfrutar de momentos únicos.

Setor de atividade: Comércio de alimentos e bebidas.

Forma jurídica: o Café literário optou pela forma jurídica a Sociedade Limitada, pois é a que melhor garante aos sócios envolvidos segurança, pelo fato que o patrimônio dos sócios está protegido contra possíveis problemas financeiros do empreendimento,

além de que a distribuição dos lucros é mais facilitada devido que cada envolvido tem o direito de lucrar da maneira correspondente a sua participação na empresa.

Enquadramento tributário: O empreendimento optou pelo Simples Nacional, devido a facilidade e simplicidade deste regime. Outra questão para a escolha deste enquadramento tributário é a facilidade do processo de contabilidade, arrecadação única e redução dos tributos em um único recolhimento.

Capital social: O capital social da empresa é composto pelo capital dos próprios sócios. O investimento é de R\$180.000,00 subdividido em partes igualitárias entre cada sócio. Conforme demonstrado no quadro *:

Quadro 03 : Sócios e as participações dentro do empreendimento.

SÓCIOS	INVESTIMENTO (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Evelyn Alves	36.000,00	20
Kamille Bueno	36.000,00	20
Rafael Demétrius	36.000,00	20
Rafael Eduardo	36.000,00	20
Victor Hugo	36.000,00	20
TOTAL	180.000,00	100

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

Fonte de recurso: Para implementação do empreendimento, os recursos obtidos são de origem de recursos próprios dos sócios. Sem a necessidade de busca de investimento de terceiros ou empréstimo bancário. Conforme demonstrado no quadro *:

Quadro 04 : Recursos para implementação do empreendimento.

ORIGEM	INVESTIMENTO (R\$)	(%)
Capital próprio dos sócios	180.000,00	100
Investidores	0,00	0
Empréstimos bancários	0,00	0

TOTAL	180.000,00	100
--------------	-------------------	------------

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

- ❖ Análise de Mercado: Detalhar o segmento específico que o empreendimento pretende ingressar no mercado, os concorrentes potenciais, identificar as oportunidades que podem estornar os diferenciais competitivos. Identificar as características dos clientes, seus interesses, o que leva o cliente a frequentar e/ou comprar o produto, onde se encontra clientes em potencial. E os fornecedores.
 - Estudo dos clientes: O público alvo está na faixa etária a partir dos dezesseis anos, com ocupações entre estudantes de ensino fundamental e médio à universitários, também assalariados e aposentados que apreciam café e livros. Sem distinção entre gêneros, porém segundo a pesquisa realizada pelo ABIC destaca-se que os maiores consumidores deste tipo de produto (café e seus derivados) assim como o índice de compra de livros (dado resgatado pela pesquisa Retratos da Leitura no Brasil) são mulheres, então estima-se majoritariamente a presença deste público. Espera-se que o empreendimento seja usado pelos alunos das escolas e faculdades da região como ponto de encontro para debates e estudos acadêmicos, devido a disponibilidade de um ambiente aconchegante, tranquilo e com wi-fi, ou apenas por usuários amantes de leitura. Assim como o leque de clientes se abre para os trabalhadores dos prédios comerciais que podem encontrar no Café Literário uma opção agradável para reuniões informais de negócio. Como também associar o tempo de descanso intrajornada para apreciar um bom café e uma leitura fluida. Em análise, os clientes são levados a consumir o produto do empreendimento por se tratar de uma bebida energética que se torna um bom acompanhamento para estudos, reuniões e leitura.
 - Estudo dos concorrentes: No atual momento não há concorrentes no mesmo ramo na região do empreendimento, havendo restaurantes e lanchonetes, mas nenhum café ou livraria, mas isso não quer dizer que não exista possibilidade de ter futuramente, já que um dos pontos fracos

de ter um comércio voltado para cafeteria é que são de fáceis entradas. O investimento inicial não é tão alto e, pelo menos no comércio de gourmetização, a especialização não é difícil.

- Estudo dos fornecedores: O Café Literário dividirá a sequência de produtos em quatro diferentes áreas, o que se refere às: bebidas, alimentos, aos livros e aos utensílios. Afim de simplificar e melhor organizar as pranchetas de fornecedores. O intuito do empreendimento é trabalhar com parcerias com pequenos negócios e/ou trabalhadores independentes, uma rede de auxílio entre os pequenos microempreendedores. O quadro abaixo expõe os principais produtos e fornecedores do Café Literário.

Quadro 05: Fornecedores no ramo de bebidas.

FORNECEDOR	PRODUTO	QUANTIDADE MÍNIMA	PREÇO	FORMA DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA
Cacador Brazilian Coffe	café torrado em grão	100kg	49,22 por kg	transf bancaria	7 dias
Cooper Cooperativa de Laticínios	leite	50L	4,50 por L	boleto	2 dias
Adega Mario	água engarrafada	100unid	0,98 por unid	boleto	1 dia

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

Quadro 06: Fornecedores no ramo de alimento.

FORNECEDOR	PRODUTO	QUANTIDADE MÍNIMA	PREÇO	FORMA DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA
Benê salgados	salgados	1kg	12,00 por kg	boleto	diariamente
Benê salgados	naturais	1kg	13,00 por kg	boleto	diariamente
Doces do Paulo	doces	2kg	9,90 por jg	boleto	diariamente

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

Quadro 07: Fornecedores no ramo de livros.

FORNECEDOR	PRODUTO	QUANTIDADE MÍNIMA	PREÇO	FORMA DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA
Sebo Leitura+	livros usados	—	250,00	boleto	2 dias
Estantevirtual	livros seminovos	—	530,00	boleto	10 dias
Toplivros distribuidora	livros novos	—	800,00	boleto	7 dias

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

Quadro 08: Fornecedores no ramo de utensílios.

FORNECEDOR	PRODUTO	QUANTIDADE MÍNIMA	PREÇO	FORMA DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA
AsterPlas	descartáveis	500unid	3,60 por unid	boleto	9 dias
FNS	copos decorativas	1500 unid	5,30 por unid	boleto	15 dias

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

- ❖ Plano de Marketing: Para que as projeções de vendas sejam alcançadas é necessário estruturar o plano de marketing. Descrever os principais itens que serão oferecidos, linhas de produtos com o máximo de detalhes possíveis.

- **Produto**: O Café Literário dispõe das seguintes opções como bebidas: À base de café e leite, com grãos moídos na hora: Café Expresso, Café Ristretto, Macchiato, Café Latte, Café americano, Cappuccino, Mocha, Mocaccino, Café Gelado, Cold Brew, Café Affogatto, Frappé. À base de chá: sachês individualizados de variados sabores para preparo da bebida na hora. Água mineral natural conservada em garrafas descartáveis, nas opções com e sem gás. O Café Literário dispõe das seguintes opções como alimentos: cookies, pão de queijo, torradas, salgados, croissant, empanada, toast, croque, roll, bolo, brownie, muffin. Dando atenção às opções de produtos veganos e sem lactose. O Café Literário dispõe das seguintes opções como livros: uma variação entre gêneros literários buscando, como clássicos, poemas, bibliografia, romance, fantasia etc,

buscando a diversidade, livros usados e seminovos para leitura no local e também livros novos para compra.

- Serviço: O local dispõe de mesas e poltronas confortáveis para que os clientes se sintam à vontade para tomar suas bebidas e realizar suas atividades de leitura, trabalho escolares, reuniões, possuindo wi-fi gratuito e acesso a fontes de carregamento de eletrônicos como computador notebook, kindle, tablets e celulares. Música calma e em baixo volume para dar harmonia ao ambiente. As estantes de livros estão dispostas por toda a cafeteria separada por gêneros literários. Devidamente uniformizados, os atendentes são treinados para a cordialidade, assim como requisito necessário para ser contratado no Café Literário é ser um amante de livros para poder indicar uma leitura aos clientes caso estes solicitem ajuda. O cardápio estará disponível na forma física (tentando imitar um livro) e também na forma eletrônica (*Qr-Code*).
- Preço: O objetivo do empreendimento é oferecer preço acessível aos clientes, principalmente por se tratar de um local próximo a escolas e universidade, onde grande parte dos frequentadores não são assalariados e dependem de ajuda de custo para suas atividades curriculares. Desta forma, os preços devem ser calculados com base no custo benefício e de forma de cobrir os gastos e atingir uma margem de lucro sem prejudicar o preço final. Na área dos alimentos, nada é produzido diretamente na cafeteria, ficando incumbido a compra com fornecedores locais: o objetivo do Café Literário é ajudar o pequeno empreendedor, formando uma rede de apoio entre comerciantes. Deste modo, ao comprar em quantidade e com contrato recorrente, o negócio consegue maior desconto na compra com o fornecedor e consegue revender com uma margem de lucro. A tabela ilustra uma demonstração dos preços a serem comercializados no Café Literário:

Quadro 09: Cardápio de alimentos.

PRODUTO	CUSTO UNITÁRIO
Cookie gotas de chocolate amêndoas	R\$ 3,50 R\$ 3,80
Pão de queijo	R\$1,50
Torradas	R\$2,50
Coxinhas (mini)	R\$0,95
Croissant tradicional francesa recheada doce recheada salgada vegana	R\$ 4,80 R\$ 5,20 R\$ 5,50 R\$ 5,00
Empanada frango carne vegana	R\$ 6,50 R\$ 6,90 R\$ 6,30
Toast de pesto avocado verão (abobrinha, tomate e milho)	R\$ 9,80 R\$ 9,20 R\$ 9,50
Croque monsieur madame (com ovo)	R\$ 12,80 R\$ 13,20
Roll	R\$ 4,90
Brownie	R\$4,50
Muffin	R\$6,00

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

Já o café e as bebidas derivadas e que levam este produto como base, são produzidos pelo empreendimento, o Café Literário recebe os grãos de café e os moem na hora do preparo da bebida. A tabela ilustra uma demonstração dos preços a serem comercializados no Café Literário:

Quadro 10: Cardápio de bebidas.

PRODUTO	CUSTO UNITÁRIO
Café expresso 60ml 110ml	R\$ 3,25 R\$ 5,90
Café Ristretto 60ml 110ml	R\$ 3,75 R\$ 6,00
Macchiato 210ml 300ml 500ml	R\$ 6,25 R\$ 8,90 R\$ 14,50
Café Latte 210ml 300ml 500ml	R\$ 4,20 R\$ 5,90 R\$ 9,80
Café americano 60ml 110ml	R\$ 3,25 R\$ 5,90
Cappuccino 210ml 300ml 500ml	R\$ 5,25 R\$ 7,50 R\$ 12,50
Mocha 210ml 300ml 500ml	R\$ 5,00 R\$ 7,00 R\$ 12,00
Café gelado 210ml 300ml 500ml	R\$ 4,30 R\$ 6,20 R\$ 10,30
Cold Brew 210ml 300ml 500ml	R\$ 5,00 R\$ 7,00 R\$ 12,00
Café affogato 210ml 300ml 500ml	R\$ 5,25 R\$ 7,50 R\$ 12,50
Frappé 210ml 300ml 500ml	R\$ 5,25 R\$ 7,50 R\$ 12,50

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado

- Estratégias promocionais: O empreendimento contará com o plano de marketing voltado para as mídias sociais mais acessadas nos últimos anos, segundo MundoTech que são: Instagram e Twitter , o que super combina com o estético e a intenção do empreendimento, fotos e vídeos dos cafés e seu modo de preparo, frases literárias etc. Um nicho que abrange e alcança os usuários e seu estilo de vida.
- Distribuição e vendas: A comercialização será realizada na loja física de forma a varejo, como também agregará o sistema por aplicativo: UberEats, iFood como forma de tentar abranger maior alcance de clientela e por que sabemos como às vezes é mais fácil e cômodo ao cliente receber o produto em seu momento de trabalho, por exemplo.
- Localização: A escolha do local para o empreendimento se baseou no público alvo, o perfil de clientes que se beneficiaram com um negócio com preço acessível e local agradável para suas atividades estudantis e/ou de negócio, assim sendo, um local estratégico que está acerca de escola fundamental e médio, universidade e prédio comercial/ escritórios. Se localiza na Rua *****.

Deste modo a empresa Café Literário apresenta vantagem competitiva por se tratar de um comércio (uma cafeteria) com recursos básicos como qualquer outra cafeteria: venda das bebidas com base no café e alimentos típicos de um café da tarde (cookies, pão de queijo, torradas, salgados, croissant, empanada, toast, croque, roll, bolo, brownie, muffin etc), porém o empreendimento possui disponível livros de diversos gêneros para que os clientes possam apreciar um tempo mais tranquilo.

O diferencial deste empreendimento é o uso - livre e exclusivo aos clientes em permanência no ambiente - dos livros disponibilizados para leitura. Diversos gêneros literários podem ser lidos gratuitamente enquanto o cliente desfruta de sua bebida cafeinada e um bom acompanhamento. Para aqueles que gostam de colecionar livros em suas estantes particulares, podem optar pela compra do livro desejado.

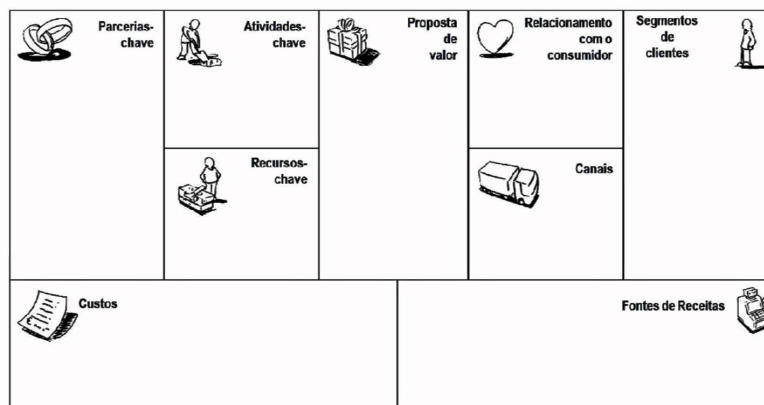
Outra vantagem competitiva é o sistema "Venda&Troca", a cafeteria compra livros dos clientes (venda) e os dá liberdade para escolher um livro e levá-lo para casa sem custo algum, desde que, ele deixe outro título de mesmo gênero na estante (troca).

O Café Literário além de escrever o nome do cliente nos copos de bebida, (apesar de ser um conceito usado na concorrência internacionalmente conhecida) também terá uma frase ou citação literária.

Segundo SEBRAE há um modelo mais simples que busca reunir estruturas mais diretas fornecendo uma visão abrangente e transversal do mercado, que ajuda ter uma ideia se o negócio é viável ou não, além de ajudar a reunir as ideias e focaliza-las, para depois servir como base para o desenvolvimento de um plano de negócio mais detalhado onde possa exprimir uma proposta e uma apresentação do negócio.

Na imagem **, está ilustrado um modelo do Business Model Canvas, que se divide em nove blocos e aponta atividades chave para ajudar a estruturar e servir como guia na elaboração de uma decisão estratégica.

Imagem 01 : Estrutura base de um Business Model Canvas.



Fonte: <https://biominas.org.br/blog/business-model-canvas/>

Segundo Rafael Lustosa (2017) os nove blocos de construção, devidamente classificados nas quatro áreas citadas acima, são:

❖ Infraestrutura:

- Atividades-Chave: Neste bloco são descritas as atividades mais importantes que devem ser realizadas para executar a proposição de valor da empresa. Deve-se, portanto, analisar quais atividades são necessárias para entregar valor ao cliente, considerando questões como canais de distribuição, relacionamento com o cliente, fontes de renda, etc.
- Recursos-Chave: Trata-se dos recursos que são necessários para a execução das Atividades-Chave e entrega da Proposta de Valor ao cliente. São considerados recursos os ativos da empresa necessários para manter e dar suporte ao negócio, podendo eles ser humanos, financeiros, físicos ou intelectuais.
- Parcerias-Chave: Neste bloco, devem ser descritas as redes de parceiros e fornecedores necessárias para a execução do modelo de negócio. Deve-se considerar quem são os parceiros e fornecedores-chave, bem como quais atividades-chave eles realizam e que recursos-chave são obtidos através deles. Confira nosso infográfico: 10 dicas para obter uma parceria de sucesso em seu negócio.

❖ Oferta:

- Proposta de Valor: É a descrição dos produtos e serviços que representam valor para um segmento específico de clientes, ou seja, que demonstram como a empresa se diferencia dos seus concorrentes, e quais motivos levariam o consumidor a optar pela empresa, em detrimento de outra. Dentre as perguntas que devem ser respondidas, destacam-se: Que valor proporcionamos aos nossos clientes? Que problemas de nossos clientes ajudamos a solucionar? Que pacote de produtos ou serviços oferecemos para cada segmento? Que necessidade de nossos clientes satisfazemos?

❖ Clientes:

- Segmentos de Clientes: Neste bloco, deve-se definir quem é o público-alvo do produto ou serviço oferecido pela empresa. Ressalta-se que o consumidor é peça fundamental do negócio e que são comuns casos em que a solução desenvolvida pela empresa se aplica a mais de um segmento. No entanto, especialmente para startups, que convivem

com uma realidade de escassez de recursos, pode ser necessária a priorização de um segmento. Dessa forma, deve-se ter em mente perguntas como: Para quem criamos valor? Quais são os nossos clientes mais importantes?

- Canais: Trata-se da descrição de como a empresa se comunica e fornece seus produtos e serviços a seus clientes, incluindo todos os canais que possuem interface com o mesmo (comunicação, distribuição, vendas, etc). Perguntas interessantes: Quais os canais preferidos de nossos segmentos de clientes? Como é realizado atualmente o nosso contato com os clientes? Como nossos canais se relacionam entre si? Quais têm trazido maior retorno? Como eles se posicionam nas atividades diárias do consumidor?
- Relacionamento com o Cliente: Este bloco estabelece os tipos de ligação que a empresa possui com seus diferentes segmentos de mercado. Para a definição da melhor forma de relacionamento, deve-se responder às seguintes perguntas: Que tipo de relação cada segmento espera? Quais as formas de relação estabelecidas atualmente? Quanto custa cada uma? Como elas se integram ao modelo de negócio da empresa?

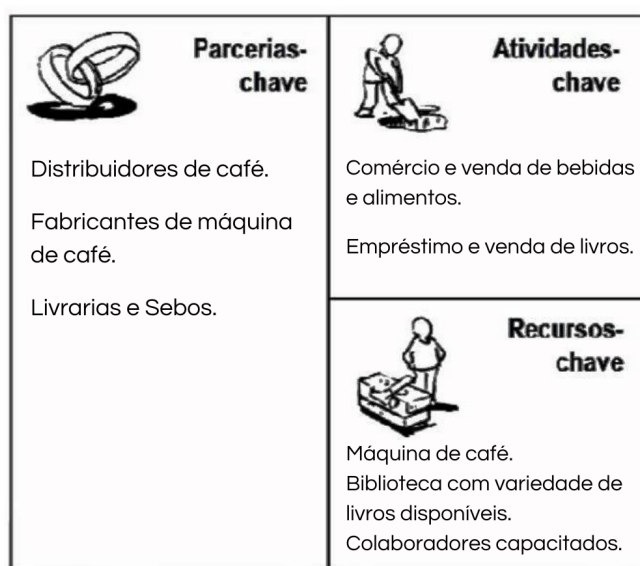
❖ Viabilidade Financeira:

- Custos: Neste bloco, devem ser incluídos todos os custos decorrentes da implantação do modelo de negócio. Mas não se assuste, pois esta tarefa é significativamente facilitada após a definição dos recursos, atividades e parceiros-chave. De qualquer forma, achar as respostas das seguintes perguntas lhe ajudará na construção de sua estrutura de custos: Quais os custos mais importantes inerentes ao modelo de negócio? Quais são as atividades e os recursos chave mais caros?
- Fontes de Receitas: É a melhor parte do Canvas! Descreve como a empresa gerará receitas, considerando seus diferentes segmentos de mercado e fluxos de receita. Para preenchê-lo corretamente, deve-se responder: Que valor nossos clientes estão dispostos a pagar pelo nosso produto/serviço? Por quê eles pagam atualmente? Como eles pagam

atualmente? Como eles gostariam de pagar? Qual a participação de cada fonte de renda na composição do valor total?

Sendo assim, usando como base a exposição de Rafael Lustosa sobre o conceito do *Business Model Canvas* adaptado ao Café Literário ao qual este projeto integrado apresenta, obteve-se o primeiro bloco referente a Infraestrutura:

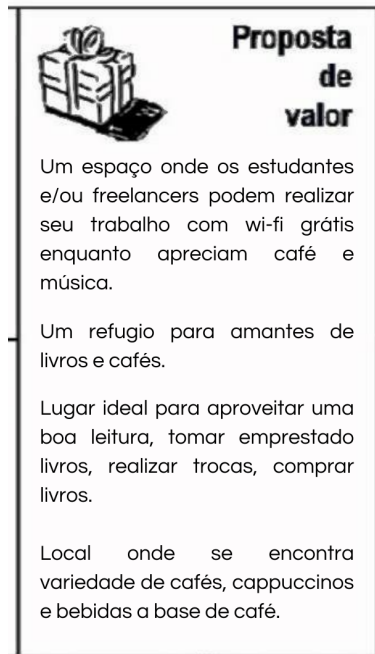
Imagem 02: Modelo Canvas do empreendimento Café Literário, bloco de infraestrutura.



Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

Já para o segundo bloco referente à oferta, observa-se:

Imagem 03: Modelo Canvas do empreendimento Café Literário, bloco de oferta.



Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

Para o terceiro bloco referente a clientes, observa-se:



Imagem 04 : Modelo Canvas do empreendimento Café Literário, bloco de clientes.

	Relacionamento com o consumidor	Segmentos de clientes	
<p>Identificação com nome nos copos.</p> <p>Frases e/ou citações literárias nos pedidos.</p>		<p>Apreciadores de café.</p> <p>Amantes de livros.</p> <p>Estudantes.</p> <p>Freelancers.</p>	
	Canais	<p>Pessoas que buscam um ambiente agradável para aproveitar um bom café acompanhado de leitura.</p>	
<p>Cafeteria.</p> <p>Aplicativo de delivery.</p> <p>Mídia social : Instagram.</p>			

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

Para o quarto e último bloco referente a viabilidade financeira, observa-se:

Imagem 05: Modelo Canvas do empreendimento Café Literário, bloco de finanças.

 <p>Custos</p> <p>Aluguel. Encargos salariais.</p>	<p>Maquinaria. Produtos (café, leite etc.). Tributos. Marketing. Despesas fixas e gerais.</p>	<p>Fontes de Receitas</p>  <p>Venda de cafés e afins. Venda de livros. Venda de canecas e/ou copos personalizados da marca. Empréstimos de livros</p>
--	---	---

Fonte: Produzido pelos integrantes do projeto integrado.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A clareza sobre a estratégia da empresa é um processo amplo e que se relaciona com todos os níveis de operação de uma empresa, tendo como principal intuito a implementação dos seus objetivos e estratégias, especialmente a longo prazo. Esse conceito engloba atividades de planejamento, organização, direção, coordenação e controle, servindo de base para a tomada de decisões e o aprimoramento contínuo dos processos que compõem as atividades de um negócio.

Como dito, a administração estratégica é um processo amplo e sistêmico e, por essa razão, se torna bastante dinâmico, impulsionado pelas constantes mudanças no meio organizacional, que fazem com que a empresa adote um posicionamento estratégico para manter a eficiência nos processos.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Estratégias de crescimento empresarial surgem quando a empresa busca novas oportunidades de crescimento, através de inovação tecnológica, com estabelecimento de novas técnicas produtivas de um mesmo produto ou introdução de novos produtos, além de vendas através de campanhas promocionais a fim de ampliar sua atuação no mercado. Estas estratégias visam o crescimento da empresa e devem resultar em aumento das vendas.

Dentre as principais estratégias adotadas pelas empresas para a obtenção de seu crescimento no mercado está a de diferenciação do produto, que deve ser adotada quando um produto padronizado já não atende completamente às necessidades dos compradores. É utilizada pelas empresas em busca de maior obtenção de lucros e maior participação no mercado.

Pode diferenciar os produtos de maneira direta aos concorrentes, atraindo novos compradores e obtendo maior fatia do mercado e lucros ou ir além, como por exemplo, mudanças de processos, projetos, diretriz, etc.

Antes de ser realizada efetivamente esta estratégia, é necessário identificar e examinar as preferências dos clientes a fim de compreender se o diferencial do produto ou do serviço prestado a ser inovado de fato terá valor para o cliente, e se ele estará disposto a pagar por este diferencial. Então, se o produto atrair um número suficiente de compradores a estratégia de diferenciação obterá sucesso. A diferenciação não é criada exclusivamente nos setores de marketing e de propaganda da empresa, e nem é limitada à qualidade e serviço.

Incorporar os atributos do produto e as características para o usuário que diminuam os custos gerais, características que aumentam o desempenho do produto, isso pode ser efetivado com atributos que oferecem aos compradores maior confiabilidade, facilidade de uso, conveniência ou características que aumentam a satisfação do comprador por meio de fatores não econômicos ou intangíveis. Proporcionar valor aos clientes diferenciados com base na capacitação competitiva que os concorrentes não possuem ou não conseguem igualar, como um ambiente acolhedor e inspirador, com produtos de qualidade e excelência no serviço.

Tudo isso nos diferencia e estabelece nossa estratégia de mercado, missão, visão e valores.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Para compreendermos o conceito de missão, visão e valores, devemos entender a importância deles em uma empresa. Através dos mesmos, é possível definir a identidade e o propósito de uma corporação. O conceito de missão, visão e valores surgiu na área de gestão estratégica e tem suas origens nas teorias e práticas de administração de empresas.

A missão é o propósito da empresa para sociedade, ou seja, porque ela existe e qual razão atua no mercado. A missão tem a função de descrever a área de atuação da empresa, para quem ela oferece seus produtos e serviços e quais benefícios ela proporciona para sociedade.

É de extrema importância que todos os colaboradores saibam a missão da empresa que atua, desde o nível estratégico até o operacional, com esse alinhamento de informações os colaboradores se sentirão acolhidos e se sentirão responsáveis por colocar a missão da empresa em prática.

Assim que for definida a mudança, o segundo passo é definir qual será a visão da empresa. A visão é onde a empresa se vê no futuro, portanto pode ser sintetizado como sonho a ser alcançado ou a motivação da empresa.

Dessa forma, como a empresa está em constante mudança, a visão pode ir se tornando obsoleta com o passar do tempo devido a constante mudança do mercado e novas tecnologias. Pode ocorrer que a visão estipulada pela empresa seja inalcançável, portanto é necessário a mudança caso não seja possível atingir esses resultados.

Os empreendedores costumam não estipular datas e valores para suas visões, justamente pela constante mudança do mercado. A empresa deve determinar uma visão de acordo com seus objetivos e o setor que atuam, uma vez atingido o objetivo, a visão deve mudar.

Para definir a visão do empreendimento deve-se fazer um planejamento de 3 a 5 anos; definir as metas de seu empreendimento durante o tempo planejado; Divulgue as visões do negócio com os colaboradores; A visão tem que estar presente em toda tomada de decisão e certifique se de oficializar os objetivos a serem atingidos durante o período.

A visão da empresa são os princípios éticos da empresa que definem seus comportamentos, atitudes e decisões com os acionistas, clientes e fornecedores. Esses princípios éticos devem ser colocados em prática nas relações internas e externas da empresa.

Apesar da visão da empresa ser os princípios éticos da mesma, ela poderá ser alterada ao longo do tempo. A visão pode ser alterada caso haja mudanças no mercado ou na indústria, reavaliação estratégica, novas prioridades ou direção estratégica e aprendizado e experiência da organização.

Os valores da empresa influenciam bastante na contratação de novos colaboradores. É de extrema importância que os valores dos funcionários e da empresa estejam alinhados para que ocorra uma sinergia e todos consigam representar a empresa da melhor maneira possível.

Para definir os valores de uma organização deve se envolver os líderes e membros chaves da organização, seguindo algumas etapas como: Fazer uma reflexão sobre a identidade da empresa, brainstorming, analisar exemplos, priorizar e refinar as ideias, comunicar os valores para o restante da organização, exemplifique os valores e revisar os valores novamente para evitar erros.

Alguns exemplos de Missão, visão e valores são:

Natura:

Missão: Promover o bem-estar bem, estimulando o autocuidado e a relação harmoniosa com o ambiente.

Visão: Ser uma marca de expressão mundial, reconhecida por seu comportamento empresarial e pela qualidade de suas relações

Valores: Sustentabilidade, inovação, ética, diversidade, valorização das relações e transparência.

Itaú:

Missão: Ser o banco completo para os clientes, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Visão: Ser reconhecido como o banco líder em performance sustentável e satisfação do cliente.

Valores: Ética, respeito, excelência, sustentabilidade, transparência, diversidade e compromisso social.

Google:

Missão: Organizar as informações do mundo e torná-las universalmente acessíveis e úteis.

Visão: Ser a empresa mais confiável do mundo em fornecer serviços e informações

Valores: Foco no usuário, inovação contínua, busca pela excelência, responsabilidade corporativa e trabalho em equipe.

Amazon:

Missão: Ser a empresa mais centrada no cliente do planeta, onde os consumidores possam encontrar e comprar qualquer coisa online.

Visão: Ser a empresa mais orientada por dados, inovadora e eficiente do mundo

Valores: Obsessão pelo cliente, busca pela excelência, inovação, responsabilidade, trabalho em equipe e respeito

Starbucks:

Missão: "Inspirar e nutrir o espírito humano - uma pessoa, uma xícara de café e uma comunidade de cada vez."

Visão: "Criar um ambiente acolhedor, onde as pessoas possam se sentir inspiradas, conectadas e parte de algo maior, enquanto desfrutem de uma xícara de café de alta qualidade."

Valor: Colocar o cliente em primeiro lugar, valorizar cada pessoa, compromisso com a excelência, agir com integridade, abraçar a diversidade, buscar soluções responsáveis e criar conexões.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A Missão, Visão e Valores do Café Literário é:

❖ Missão:

Nossa missão é criar um espaço acolhedor e inspirador onde as pessoas possam desfrutar de uma excelente xícara de café enquanto exploram o mundo da literatura. Queremos oferecer uma experiência única aos nossos clientes, combinando o prazer da leitura com o prazer de saborear uma bebida deliciosa. Nosso objetivo é promover a cultura literária e incentivar o hábito da leitura, proporcionando um ambiente tranquilo e agradável para que todos possam relaxar, se conectar com os livros e desfrutar de momentos únicos.

❖ Visão:

Nossa visão é ser reconhecidos como um destino preferido para os amantes de livros e café. Queremos criar uma comunidade de pessoas apaixonadas por literatura, um local onde os leitores possam se reunir, compartilhar suas experiências e descobrir novos títulos. Pretendemos ser referência no setor, oferecendo uma ampla seleção de livros de diversos gêneros e estilos, além de uma variedade de opções de café e alimentos de qualidade. Buscamos constantemente a excelência em todos os aspectos do nosso negócio, desde o atendimento ao cliente até a atmosfera acolhedora e aconchegante que proporcionamos.

❖ Valores:

Paixão pela literatura: Acreditamos no poder transformador da leitura e na importância de compartilhar essa paixão com nossos clientes. Valorizamos a diversidade de gêneros literários e buscamos promover uma ampla variedade de títulos, incentivando a descoberta e a curiosidade.

Qualidade e excelência: Comprometemo-nos a oferecer produtos de alta qualidade, desde os grãos de café selecionados até os alimentos frescos e saborosos. Buscamos a excelência em todos os aspectos do nosso negócio, desde o atendimento ao cliente até a seleção de livros e a criação de um ambiente acolhedor.

Ambiente acolhedor e inspirador: Queremos proporcionar um ambiente onde as pessoas possam se sentir confortáveis, relaxadas e inspiradas. Nossos espaços são

cuidadosamente projetados para criar uma atmosfera aconchegante, com áreas de leitura confortáveis, decoração atraente e música suave, oferecendo um refúgio tranquilo da agitação do dia a dia.

Atendimento excepcional: Valorizamos nossos clientes e buscamos superar suas expectativas no atendimento. Nossos funcionários são treinados para serem atenciosos, prestativos e conhecedores dos produtos, oferecendo uma experiência personalizada a cada cliente que entra em nossa cafeteria.

Responsabilidade social e ambiental: Estamos comprometidos com a sustentabilidade e procuramos adotar práticas responsáveis em todas as áreas de nosso negócio. Valorizamos o comércio justo, apoiamos produtores locais sempre que possível e nos esforçamos para reduzir nosso impacto ambiental, utilizando produtos recicláveis e promovendo a conscientização sobre questões ambientais entre nossa comunidade.

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 UNIFEQB.

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

Está disponível para os estudantes no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), como parte do Programa de Desenvolvimento de Aprendizagem (PDA), o tema “Pensando Estrategicamente”.

Nesta parte do Projeto Integrado, os estudantes deverão realizar uma síntese dos 4 (quatro) tópicos deste tema, quais sejam:

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

O autoconhecimento em nossas vidas é de extrema importância profissionalmente e pessoalmente. Através do mesmo, o indivíduo é capaz de ter uma visão clara e objetiva do que almeja para si. O processo de se autoconhecer possibilita compreender nossas emoções, habilidades, fraquezas, pontos fortes e valores.

O processo de nos autoconhecer e termos um propósito de vida nos possibilita traçar um caminho mais certo para alcançarmos nossos sonhos. Podemos usar uma ferramenta chamada Análise FOFA/SWOT.

A análise FOFA(Força, Oportunidade, Fraqueza e Ameaça) é uma ferramenta que tem como objetivo fazer uma análise interna e externa de uma organização, projeto ou até mesmo na vida pessoal.

A força é caracterizada pelos aspectos positivos que um indivíduo ou organização apresenta. Um exemplo de força pode ser o domínio de um novo idioma e proatividade no ambiente de trabalho

A oportunidade está relacionada ao ambiente externo e interno, onde devemos estar sempre atentos nas novas oportunidades do mercado. Uma oferta de promoção de cargo e a oportunidade empreender é um negócio são exemplos de oportunidade de trabalho.

A Fraqueza é uma análise interna que deve ser realizada com o propósito de encontrar pontos que podemos melhorar para desenvolvimento próprio e coletivo. As fraquezas podem ser não conseguir trabalhar em grupo, timidez e a falta de habilidades com aparelhos tecnológicos, etc.

As Ameaças são fenômenos externos que criam barreiras que nos impossibilitam de atingirmos nossos objetivos, já que não temos controle das ameaças. Exemplos de ameaças são: alta concorrência em um processo seletivo, difícil acesso a tecnologia e instabilidade financeira.

O propósito de vida alinhado com o autoconhecimento e a Análise FOFA, garante altas chances de alcançar os objetivos almejados, pelo fato de que essa ferramenta faz uma análise do que deve ser melhorado, aproveitado, continuado e evitado.

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

É de extrema importância que tenhamos um objetivo claro e direção em nossa vida, por isso todos nossos planos tem que ter um planejamento claro como base, alinhado com o propósito de vida.

Uma forma de traçar os objetivos é o Brainstorm, ou tempestade de ideias, que é um processo de propor ideias de maneira rápida e livre, com o objetivo de criar novos objetivos, projetos e estratégias. Para que o Brainstorm seja realizado de maneira correta é necessário seguir corretamente algumas etapas, como: Quanto maior o número de ideias melhor, sem críticas durante o brainstorming e quanto mais ideias melhor.

Após realizarmos o brainstorming, devemos filtrar as ideias por uma ferramenta chamada funil de ideias, que é uma técnica para análise e refinamento de ideias. O refinamento passa por três questionamentos que são: Quem é você? O que sabe fazer? O que, ou quem conhece?; O que você poderia fazer?; Como você poderia fazer?.

Uma característica importante de termos, é a diferenciação, que é a junção de nossos pontos fortes e competências, para gerar uma identidade profissional. Para nos diferenciarmos, temos que aperfeiçoar nossas habilidades em duas categorias definidas, as hard skills e as soft skills.

As Hard Skills são as habilidades que podem ser adquiridas através de formações e cursos, basicamente são habilidades adquiridas por educação formal. Alguns exemplos são: Habilidades técnicas, Competência Linguística e conhecimento de software.

As Soft skills são as habilidades que estão relacionadas como nos apresentamos às pessoas e que estão relacionadas com as habilidades interpessoais, como a comunicação, solução de problema e trabalho em equipe, etc.

Com a finalidade de alcançarmos nossos objetivos devemos traçar metas e objetivos, sendo assim definir uma direção para isso acontecer. As metas têm características mais táticas e de curto e médio prazo, enquanto os objetivos têm uma posição mais estratégica e de longo prazo.

Outra ferramenta interessante de ser usada em seu desenvolvimento pessoal, é o Canvas, que são perguntas a serem respondidas através de um quadro resumido.

Como foi exposto acima, existem várias ferramentas e instrumentos que nos auxiliam a definir nossos objetivos, metas e propósitos de vida; para que percorremos caminhos mais claros.

- **Tópico 3:** Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração

Quando colocamos nossas ações em prática é importante termos ferramentas tanto no âmbito profissional quanto no pessoal, para que possam auxiliar a definir estratégias de atuação para o alcance de nossos objetivos. Vamos citar algumas delas:

- I. A técnica SMART possibilita nos orientar de um jeito melhor os objetivos. Ela contempla cinco requisitos, ou seja, precisa ser específica/clara (S), para que possa ter seu desempenho medido (M), motivando e estimulando o profissional a atingi-la (A), a fim de colaborar com seu propósito profissional (R), dentro de um período exequível (T).
- II. A metodologia PDCA pode auxiliar na execução dos nossos planos e projetos.
 - A. Plan - Planejamento, para identificar as demandas e estabelecer as ações a serem realizadas.
 - B. Do - Fazer ou executar o plano preparado na etapa anterior.
 - C. Check - Checar, verificar ou monitorar os resultados do que foi executado.
 - D. Act - Ação, quando os resultados são incorporados à aprendizagem ou novas ações são estabelecidas, caso os resultados não tenham sido alcançados.
- III. As 5 Forças de Porter ajudam a mapear a atratividade e o nível de concorrência de um setor, em nosso caso, nossa profissão ou área de atuação.
- IV. A Matriz BCG otimiza o processo de decisão das empresas no que se refere ao direcionamento de investimento e definição de estratégias voltadas a cada um dos produtos ou serviços que elas disponibilizam no mercado.
- V. A 5W2H, que permite registrar de forma organizada o planejamento de um conjunto de ações para o alcance dos objetivos. Podemos elaborar uma série de planos e tarefas, além de criar um cronograma de curto prazo para direcionarmos nossos esforços para obter resultados.

Há um vasto conjunto de técnicas e ferramentas que podemos utilizar para qualificar e estruturar as metas que devem ser alcançadas para cumprirmos os objetivos do nosso planejamento de vida. Entre elas, as 5 Forças de Porter e a Matriz BCG podem contribuir para analisarmos o contexto de onde estamos e aonde queremos chegar, para a elaboração de estratégias de atuação nesse sentido. Por fim, técnicas como PDCA e 5W2H darão suporte para a elaboração de planos de ação eficientes destinados à execução dos nossos diversos planos e projetos.

- **Tópico 4:** Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e propósitos para o futuro, seja no âmbito pessoal, seja no profissional, precisa ter condições de ser avaliado, para que possamos saber se estamos no caminho certo. Vamos citar alguns:

- I. *Key Performance Indicators* (KPIs), ou indicadores-chave de desempenho, são vinculados aos objetivos estratégicos das empresas. KPIs são indicadores que vamos definir para acompanhar a evolução das nossas atividades, para manter o rumo das metas ou objetivos que estabelecemos.
- II. A Gestão do Conhecimento Pessoal (GCP) é definida como um processo individual e disciplinado pelo qual entendemos as informações, observações e ideias, focados em nosso autodesenvolvimento (JARCHE, 2009) A GCP é um exercício de autodesenvolvimento que segue um processo para gerenciar o conhecimento útil e relevante que se encontra disponível no mundo.
- III. *Objectives and Key-Results* (OKRs) ou Objetivos e Resultados-Chave. Os OKRs possibilitam a definição de metas colaborativas, que são desafiadoras e ambiciosas, têm resultados mensuráveis e são usadas por grupos e indivíduos (PANCHADSARAM; PRINCE, 2021).
 - A. Objetivo: deve ser significativo, concreto, orientado para a ação e inspirador.
 - B. Resultados-chave: são métricas mensuráveis e verificáveis, que monitoram como chegamos ao objetivo.

IV. O *Balanced Scorecard* (BSC) traduz a missão e a estratégia de um conjunto de medidas de desempenho, que devem ser visualizadas por meio de quatro perspectivas de uma empresa:

- A. Financeiro: quais objetivos financeiros devemos seguir para satisfazer os acionistas;
- B. Do cliente: quais são as necessidades dos nossos clientes;
- C. Dos processos internos: em quais atividades ou processos precisa-se ser mais eficiente;
- D. Do aprendizado e crescimento: como a organização deve aprender e inovar.

O BSC é um forte aliado na construção do nosso propósito profissional, por gerar um conjunto de indicadores estratégicos, que estarão vinculados a um objetivo, que se conecta a uma meta, que é viabilizada por um plano de ação.

- V. Forecast é um método de previsão, análise e revisão de um orçamento, baseado na atual situação da empresa, porém, dependendo da volatilidade dos mercados essa previsão pode mudar.
- VI. Foresight é uma prática que permite criar visões de futuro, funcionais e operacionais, de forma lógica e provocativa.

O planejamento das nossas finanças, educação, atividades diárias, estilo de vida e da nossa carreira, precisam ser mensurados, monitorados e avaliados. Então, são necessários indicadores que representem o nosso desempenho rumo aos nossos objetivos, quando estes estão alinhados aos nossos objetivos e metas, temos como melhor avaliar o quanto estamos no caminho do nosso propósito. Tais parâmetros ajudam também na revisão de nossos planos, tanto para definição de novos caminhos, como para confirmação do já escolhido.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

A construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa pode ser uma abordagem interessante para ajudar a identificar os elementos que podem

impulsionar ou dificultar o alcance dos objetivos relacionados ao propósito de vida. Aqui está como você pode construir essa matriz:

1. **Strengths (Forças):** Identifique suas principais habilidades, talentos, experiências e recursos que o tornam único e que podem ajudá-lo a alcançar seu propósito de vida. Considere suas conquistas passadas, características pessoais positivas e conhecimentos adquiridos.

Exemplo: Habilidades de liderança, pensamento estratégico, criatividade, habilidades de comunicação.

2. **Weaknesses (Fraquezas):** Reflita sobre suas limitações, áreas em que você se sente menos confiante ou que precisam de desenvolvimento para alcançar seu propósito de vida. Considere as habilidades que você precisa aprimorar ou as barreiras internas que podem estar bloqueando seu progresso.

Exemplo: Falta de habilidades técnicas específicas, medo do fracasso, baixa autoconfiança.

3. **Opportunities (Oportunidades):** Identifique as oportunidades externas que podem ajudar você a progredir em direção ao seu propósito de vida. Pense em tendências sociais, mudanças no ambiente ou eventos que possam abrir portas e criar condições favoráveis para você.

Exemplo: Conexões com pessoas influentes, programas de desenvolvimento profissional, demanda crescente por um determinado conjunto de habilidades.

4. **Threats (Ameaças):** Considere os fatores externos que podem representar obstáculos ou ameaças para o alcance do seu propósito de vida. Pense em desafios, competição, mudanças no mercado ou qualquer outra coisa que possa dificultar seu progresso.

Exemplo: Mercado saturado, falta de recursos financeiros, concorrência acirrada.

Ao realizar a análise SWOT com base no seu propósito de vida, você poderá identificar maneiras de aproveitar suas forças, abordar suas fraquezas, aproveitar as

oportunidades disponíveis e evitar as ameaças. Essa análise pode ajudá-lo a desenvolver um plano estratégico e tomar decisões mais informadas para se aproximar do seu propósito de vida de forma eficaz.

Neste projeto, tomamos como base o estudo de caso de um colaborador que espera a promoção de cargo. Sua análise SWOT :

Força: Liderança, Capacidade de resolver problemas, Pensamento estratégico, Inteligência emocional.

Fraqueza: Falar em público, Gestão de tempo, Gerenciamento de estresse, Flexibilidade em relação a mudanças.

Oportunidades: Assertividade, Insight apurado, Atenção às tendências, Relacionamentos externos (network).

Ameaças: Elevada concorrência, Aumento de preços dos fornecedores, Falta de marketing.

O vídeo explicativo pode ser assistido pela plataforma online YouTube pelo seguinte link : <https://youtu.be/S4PPWh-BQA8>

4. CONCLUSÃO

Durante o desenvolvimento do projeto, foram abordados os seguintes pontos principais:

- Conceito: Definição do conceito da cafeteria e livraria, visando combinar a experiência da leitura com a oferta de bebidas de café de qualidade.
- Seleção de livros: Realização de uma cuidadosa seleção de livros de diferentes gêneros e estilos literários para atender aos diversos interesses dos clientes.
- Ambiente acolhedor: Criação de um ambiente aconchegante e convidativo, iluminação adequada e espaços dedicados à leitura e ao relaxamento.
- Cardápio de café, salgados e doces: Desenvolvimento de um cardápio diversificado de bebidas à base de café, com grãos selecionados e métodos de preparo adequados. Seleção de um amplo cardápio de doces e salgados que possam agradar todos os paladares.

Algumas dificuldades encontradas:

- Gestão do espaço: Organizar o espaço físico de forma a proporcionar uma experiência agradável para os clientes, equilibrando áreas de leitura e cafeteria.
- Contratação de pessoal qualificado: Encontrar baristas experientes e conhecedores de café, bem como funcionários com afinidade com a literatura, para oferecer um atendimento de qualidade e conhecimento aos clientes.
- Atrair o público-alvo: Desenvolver estratégias eficazes de marketing e promoção para alcançar e atrair os amantes da literatura e café, destacando as características únicas da cafeteria e livraria.
- Gestão do estoque: Garantir a disponibilidade dos livros mais populares e a reposição constante de estoque para atender às demandas dos clientes.
- Localização estratégica da cafeteria e livraria, a análise de mercado para identificar a concorrência e as preferências dos consumidores.

REFERÊNCIAS

AMADO, Miguel. Administração estratégica: O que é e a importância da missão. **FIA Business School**, 2018. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/administracao-estrategica/>. Acesso em: 01 jun. 2023.

Autor desconhecido. Administração estratégica: Como uma visão empresarial pode otimizar os processos?. **Kalendae**, 2017. Disponível em: <https://kalendae.com.br/blog/administracao-estrategica/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20a%20administra%C3%A7%C3%A3o,estrat%C3%A9gias%2C%20especialmente%20a%20longo%20prazo..> Acesso em: 01 jun. 2023.

Autor desconhecido. Entenda qual é o perfil do empreendedor. **CuboUp**, Disponível em: <https://cuboup.com/conteudo/perfil-de-empendedor/#:~:text=Uma%20pessoa%20com%20Perfil%20de,riscos%20para%20realizar%20suas%20ações.>

Autor desconhecido. Gestão de cafeteria. **U.Coffee**, 2020. Disponível em: <https://blog.ucoffee.com.br/gestao-de-cafeaterias/>. Acesso em: 05 jun. 2023.

Autor desconhecido. Missão, visão e valores: O que é e a importância na cultura empresarial?. **Segvida Consultoria**, 2020. Disponível em: <https://www.segvidamg.com.br/missao-visao-e-valores-o-que-e-e-a-importancia-na-cultura-empresarial/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

Autor desconhecido. Perfil do consumidor de café que busca qualidade. **ABIC Associação Brasileira da Indústria do Café**, 2022. Disponível em: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/pesquisas/perfil-do-consumidor-de-cafe-que-busca-qualidade/>. Acesso em: 11 maio 2023.

BARROS, L. Missão, Visão e Valores: Saiba o Que é Como Aplicá-las. Disponível em: <<https://tangerino.com.br/blog/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 4 jun. 2023.

CASAGRANDE, Erich . Passo a passo de como elaborar um plano de negócio. **Semrush Blog**, 2022. Disponível em: https://pt.semrush.com/blog/plano-negocio/?kw=&cmp=BR_POR_SRCH_DSA_Blog_PT&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641182637739&kwid=dsa-1930213689008&cmpid=19241772885&agpid=147326224951&BU=Core&extid=64625808030&adpos=&gclid=CjwKCAjw3ueiBhBmEiwA4BhspF35P4jW8_Mb5sovAeILyV4rUamjf6SP8WWRJlqNAe4mn52E70zAhoCWF4QAvD_BwE. Acesso em: 08 maio 2023.

HOTMART. O que é ser empreendedor. **Hotmart**, 2023. Disponível em: <https://hotmart.com/pt-br/blog/o-que-e-ser-um-empresendedor>. Acesso em: 23 maio 2023.

LUSTOSA, Rafael. Business Model Canvas. **Biominas Brasil**, 2017. Disponível em: <https://biominas.org.br/blog/business-model-canvas/>. Acesso em: 15 maio 2023.

OLIVEIRA, Ana Carolina Marques De; TEODORO, Ana Carolina Tinoco; CARVALHO, Hyago Gonçalves De; ABDALA, Rafael Rodrigues; ALMEIDA, Thayres Cavalcante. Fontes de capital. **PUC Goiás**, 2012. Disponível em: http://www.luisguilherme.com.br/download/ENG1530/TurmaA01/G05-Fontes_de_Capital.pdf. Acesso em: 18 maio 2023.

PAGBANK. Entenda o que é um perfil empreendedor e saiba como desenvolver. **PagBank**, 2023. Disponível em: <https://blog.pagseguro.uol.com.br/saiba-como-desenvolver-o-perfil-empresendedor-com-nossas-dicas/>.

ROHR, R. Missão, visão e valores: o que é, importância e como definir. Disponível em: <<https://mereio.com/blog/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 4 jun. 2023.

Sebrae, Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 09 maio 2023.

Sebrae, 10 características de um empreendedor e como adquiri-las. **Sebrae**, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empendedor>. Acesso em 09 maio 2023.

ANEXOS

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

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:
CURSO: Administração
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancini
ESTUDANTE: Kamille Gabriela Bueno
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 08/05/2023-05/06/2023

2. DESENVOLVIMENTO
O objetivo desse PI foi criar um novo empreendimento, abordando sobre a teoria e a prática da Gestão Empreendedora e Administração estratégica, obtendo a empresa fictícia Café literário LTDA como foco nos assuntos.
O maior desafio foi propor um novo negócio, pesquisar e abordar com clareza todas as fases de criação de uma nova cafeteria.
O cronograma da equipe foi definido através de uma reunião remota, onde foi definido o tema de cada integrante e estipulado uma data limite para conclusão do projeto.
Foram realizadas reuniões remotas e trocas de mensagens pelo whatsapp, onde foram abordados a divisão, discussão e ideias de temas e esclarecimento de dúvidas.
<p>a. Aspectos positivos Equipe dedicada e organizada.</p>
<p>b. Dificuldades encontradas Aplicar de forma clara o conteúdo abordado nos últimos meses. Criatividade para a proposta do novo negócio.</p>
<p>c. Resultados atingidos Entrega do PI no prazo estipulado.</p>

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100298	NOME: Kamille Gabriela Bueno
RA 1012022200174	NOME: Evelyn Alves Almeida Sales
RA 1012023100357	NOME: Rafael D. P. F. Machado
RA 1012023100224	NOME: Rafael Eduardo Servelino
RA 1012022200537	NOME: Victor Hugo Garcia Sousa

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO:

CURSO: Ciências Contábeis

MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancini

ESTUDANTE: Evelyn Alves Almeida Sales

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 08/05/2023 - 12/06/2023

5. DESENVOLVIMENTO

O objetivo do PI foi desenvolver na teoria um novo empreendimento, colocando em prática o que foi ensinado em Gestão Empreendedora e Administração estratégica. O empreendimento desenvolvido foi a empresa fictícia Café literário LTDA.

O maior desafio foi propor um novo negócio, pesquisar e abordar com clareza todas as fases de criação de uma nova cafeteria.

Desde que foi definido qual empreendimento seria trabalhado e os detalhes gerais, foi separado para cada membro de equipe a realização da pesquisa e desenvolvimento do projeto.

Todas as reuniões foram feitas por meio de vídeos e mensagens virtuais.

e. Aspectos positivos : Tema interessante e com gama de desenvolvimento.

f. Dificuldades encontradas : Sintetização e visualização do empreendimento .

g. Resultados atingidos : Uma ideia de um empreendimento diferenciado.

h. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100298	NOME: Kamille Gabriela Bueno
RA 1012022200174	NOME: Evelyn Alves Almeida Sales
RA 1012023100357	NOME: Rafael D. P. F. Machado
RA 1012023100224	NOME: Rafael Eduardo Servelino
RA 1012022200537	NOME: Victor Hugo Garcia Sousa

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: Administração
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancini
ESTUDANTE: Rafael Demétrius Prates Fernandes Machado
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 11/05/2023 a 07/06/2023

8. DESENVOLVIMENTO
<p>Como objetivo deste PI foi criar um novo empreendimento, abordarmos a teoria e colocamos em prática para execução desta criação, obtendo como resultado uma empresa fictícia chamada de “Cafê literário LTDA”, nome escolhido com votos unânimes.</p>
<p>O maior desafio foi propor um novo negócio, pesquisar e abordar com clareza todas as fases de criação de uma nova cafeteria.</p>
<p>Cronograma das Ações: A princípio foi realizada uma reunião via Google Meet, que definimos o cronograma e qual tema cada um iria abordar, onde definido, começaram-se os trabalhos para a execução do PI.</p>
<p>Realizado reuniões remotas e troca de mensagens entre os integrantes do grupo, para discussões, soluções sobre os temas e quaisquer dúvidas.</p>
<p>i. Aspectos positivos Bom relacionamento com os integrantes, equipe organizada e dedicada.</p>
<p>j. Dificuldades encontradas Assimilar o conteúdo de forma correta para se replicar no PI. Certa dificuldade para a proposta do novo negócio.</p>

k. Resultados atingidos
Entrega do PI.

l. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100357	NOME: Rafael D. P. F. Machado
RA: 1012022200174	NOME: Evelyn Alves Almeida Sales
RA: 1012023100298	NOME: Kamille Gabriela Bueno
RA: 1012023100224	NOME: Rafael Eduardo Servelino
RA: 1012022200537	NOME: Victor Hugo Garcia de Sousa

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancini
ESTUDANTE: Rafael Eduardo Servelino
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 11/05/2023 a 07/06/2023

11. DESENVOLVIMENTO

Como objetivo deste PI foi criar um novo empreendimento, abordarmos a teoria e colocamos em prática para execução desta criação, obtendo como resultado uma empresa fictícia chamada de "Cafê literário LTDA", nome escolhido com votos unânimes.

O maior desafio foi propor um novo negócio, pesquisar e abordar com clareza todas as fases de criação de uma nova cafeteria.

Cronograma das Ações: A princípio foi realizada uma reunião via Google Meet, que definimos o cronograma e qual tema cada um iria abordar, onde definido, começaram-se os trabalhos para a execução do PI.

Realizado reuniões remotas e troca de mensagens entre os integrantes do grupo, para discussões, soluções sobre os temas e quaisquer dúvidas.

m. Aspectos positivos
Tema bastante abrangente e relacionamento com os colegas

n. Dificuldades encontradas
Assimilar e entender o conteúdo e replicar no PI

o. Resultados atingidos
Conseguimos realizar um PI completo e de fácil entendimento

p. Sugestões / Outras observações

12. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100357	NOME: Rafael D. P. F. Machado
RA: 1012022200174	NOME: Evelyn Alves Almeida Sales
RA: 1012023100298	NOME: Kamille Gabriela Bueno
RA: 1012023100224	NOME: Rafael Eduardo Servelino
RA: 1012022200537	NOME: Victor Hugo Garcia de Sousa

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: Administração
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancini
ESTUDANTE: Victor Hugo Garcia de Sousa
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 11/05/2023 a 07/06/2023

14. DESENVOLVIMENTO
O objetivo desse PI foi criar um novo empreendimento, abordando sobre a teoria e a prática da Gestão Empreendedora e Administração estratégica, obtendo a empresa fictícia Café literário LTDA como foco nos assuntos.
O maior desafio foi propor um novo negócio, pesquisar e abordar com clareza todas as fases de criação de uma nova cafeteria.
O cronograma da equipe foi definido através de uma reunião remota, onde foi definido o tema de cada integrante e estipulado uma data limite para conclusão do projeto.
Realizado reuniões remotas e troca de mensagens entre os integrantes do grupo, para discussões, soluções sobre os temas e quaisquer dúvidas.
q. Aspectos positivos Tema bastante abrangente e relacionamento com os colegas

r. Dificuldades encontradas
Assimilar e entender o conteúdo e replicar no PI

s. Resultados atingidos
Conseguimos realizar um PI completo e de fácil entendimento

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022200537	NOME: Victor Hugo Garcia de Sousa
RA: 1012022200174	NOME: Evelyn Alves Almeida Sales
RA: 1012023100357	NOME:Rafael D. P. F. Machado
RA: 1012023100298	NOME: Kamille Gabriela Bueno
RA: 1012023100224	NOME: Rafael Eduardo Servelino