



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
BARÔ STORE

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

BARÔ STORE

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Camila Marcondes Paoleti, RA 1012023100179

Inaê Cristina de Oliveira, RA 1012023100395

João Vitor de Carvalho Rabelo, RA1012022100318

Mariana Aparecida Bernardes, RA 1012023100408

Melissa Moraes Anadão, RA 1012023100246

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	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	7
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	7
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	10
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	15
4. CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17
ANEXOS	19
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	20

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Integrado a seguir tem como objetivo fomentar a discussão sobre novos negócios, incentivando a criatividade e a geração de ideias inovadoras, sem se preocupar com a viabilidade imediata. Cada unidade de estudo contribuirá com sua perspectiva e conhecimento, buscando explorar novos mercados, identificar necessidades não atendidas e propor soluções disruptivas. O projeto visa ampliar a capacidade de pensar de forma inovadora, promover a colaboração e despertar um olhar aguçado para oportunidades empreendedoras, incentivando a criação de um ambiente propício à imaginação e à inovação, surgindo a ideia do termo *Brainstorming* empresarial.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa que decidimos criar chama-se Barô Store, cuja finalidade é a venda de roupas online. A Barô Store é uma vibrante e inovadora empresa de roupas online que se destaca em um mercado altamente competitivo. A empresa se dedica a oferecer uma ampla variedade de roupas modernas e estilosas para homens e mulheres de todas as idades. Os produtos oferecidos incluem camisetas, blusas, calças, saias, vestidos, casacos, jaquetas, acessórios e muito mais. Cada item é cuidadosamente fabricado com materiais de alta qualidade, combinando estilo e conforto para proporcionar uma experiência de uso excepcional. Entre possíveis concorrentes dessa empresa podemos citar as lojas Renner e C&A, que são duas marcas muito poderosas no mundo da moda, tendo lojas físicas e online. Entre outros concorrentes da Barô Store, podemos destacar a Riachuelo, Marisa e Zara.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A proposta de empreendimento foi feita em cima da abertura de uma loja online de roupas. A loja conta com um conceito moderno e acessível para todos os públicos e idades.

A empresa tem como objetivo ter um site de fácil acesso e navegação para que todas as idades possam acessá-lo com facilidade. Além de tudo, o site conta com uma grande variedade de vestuário para todas as idades e gêneros.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O perfil empreendedor é caracterizado por pessoas que tenham muita iniciativa e coragem de arriscar sem medo; é preciso ter visão e criatividade para montar um negócio novo ou um novo produto em um mercado já existente.

Para se empreender é necessário ter foco, organização, capacidade de direcionar e muitas vezes de liderar também.

O perfil empreendedor dos criadores da BARÔ STORE, conta com uma grande capacidade de criação, e desenvolvimento de novas ideias, além disso os criadores têm formação em administração facilitando assim alguns caminhos a serem seguidos pela empresa. A experiência em sites de ecommerce que um dos sócios tinha facilitou a ideia de ter um negócio 100% online.

Um dos sócios também tinha experiência na busca de fornecedores, então com muito planejamento e determinação buscamos os melhores preços e fornecedores de baixo custo, para que a empresa pudesse manter um preço acessível e qualidade para todos os

públicos. A empresa conta com a ajuda de uma agência de publicidade mantendo sempre o seu marketing com muita qualidade e diferenciação, as propagandas em suas redes sociais contam com muita inclusão social. A marca sempre está ativa com suas publicidades, já que as redes sociais são o meio de comunicação e de venda da marca.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A loja de roupas utiliza recursos próprios como fonte de capital. Isso nos dá a vantagem de não depender de empréstimos ou investidores externos. No entanto, é importante que estabeleçamos uma remuneração mínima para nós mesmos, que reflita o custo de capital próprio. Esse custo é o retorno mínimo que esperamos obter pelo investimento de nossos recursos na empresa. É importante que esse valor seja estabelecido de maneira realista e justa, levando em consideração fatores como o risco do negócio e as oportunidades de investimento alternativas.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O novo empreendimento selecionado pelo grupo foi a criação de um e-commerce de roupas. A empresa abrange uma grande variedade de vestuário para todos os públicos e idades, tendo desde a linha infantil até roupas para a melhor idade.

A empresa funciona de forma 100% online, contando com uma boa plataforma e site de fácil navegação. Para que nada possa dificultar as vendas há também um suporte pelo whatsapp onde a empresa atende por lá de segunda a sábado, para acolher o público que prefere o atendimento mais personalizado ou pessoas que têm algum tipo de dificuldade de comprar de forma online. Os principais canais de comunicação da empresa são o Instagram, Facebook e propagandas através do google. A loja realiza envios para todas as regiões do Brasil através de transportadoras tais como o Correios e Jadlog. Seus clientes principais são adultos de 25 a 49 anos de idade, com interesse em comprar roupas de qualidade com estilo e modernidade.

Seus principais concorrentes são as lojas que têm seu foco principal em vestuário, principalmente aquelas que trabalham com roupas para todos os públicos como a Renner, C&A, entre outras.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica é um elemento crucial para o sucesso de uma loja de roupas. É através dela que a empresa define sua estratégia e estabelece sua missão, visão e valores. Esses elementos são a base para a tomada de decisões e orientam todas as ações da organização. Ao definir claramente sua estratégia, a loja de roupas pode se diferenciar da concorrência e atender às necessidades de seus clientes de maneira mais eficaz. Isso é fundamental para o crescimento e sucesso da empresa.

Uma estratégia eficaz para a loja de roupas inclui a identificação de um mercado-alvo específico e a oferta de produtos e serviços que atendam às suas necessidades. A empresa se diferencia da concorrência através de um atendimento excepcional ao cliente através do chat de comunicação, uma ampla seleção de produtos de alta qualidade e preços competitivos.

Ao seguir os princípios e implementar essa estratégia, a loja de roupas cria uma base sólida para o sucesso a longo prazo. A administração estratégica é fundamental para garantir que a empresa esteja sempre se adaptando às mudanças do mercado e atendendo às necessidades de seus clientes de maneira eficaz.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A Estratégia Empresarial é um conjunto de grandes escolhas que orientam o gerenciamento atual e a construção de uma visão de longo prazo, é também como a empresa pretende alcançar os objetivos almejados buscando planejar, executar e

controlar. Integra também as áreas de marketing, operações, pessoas e finanças, conduzidas a partir de uma estratégia ampla da organização.

Após uma análise de mercado, os gestores da Barô Store por meio de uma triagem de idéias, fizeram a validação de mercado onde será usada a estratégia de desenvolvimento de produto que se refere ao lançamento de um novo produto em sua loja virtual, será realizada uma pesquisa de satisfação e necessidade de seus clientes, e através disso inovaremos em produtos que possam fidelizar nossos clientes e consequentemente trazer novos, contando com todo o conforto e qualidade que a marca oferece.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão de uma empresa é o propósito a qual ela existe, razão e entrega para o seus clientes, assim como seus sócios e colaboradores. A cada definição estratégica para o negócio e a cada tomada de decisão, os gestores devem avaliar se suas decisões estão alinhadas com a missão principal da empresa, ela pode ser revista ao longo do tempo, se adequando às novas necessidades do mercado.

Exemplos **Missão** em grandes empresas;

Google

É organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal.

Nestlé

Oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em qualidade e valor nutricional, que contribuam para uma alimentação equilibrada, gerando sempre oportunidades de negócios para a empresa e valor compartilhado com a sociedade brasileira.

Fiat

Desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e tenham orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

A visão de uma empresa é importante para estabelecer os parâmetros da tomada de decisão, investimentos e estratégia de negócio, pois indica onde a empresa quer chegar em um determinado tempo. É crucial manter a visão sempre no horizonte para alinhar as ações presentes com os objetivos futuros da empresa. De uma forma geral a visão de uma empresa deve ser revista regularmente, pois está sujeita a se tornar obsoleta em função de mudanças no mercado ou tecnologias, podendo se tornar inalcançável dentro do prazo estipulado no planejamento. Isso pode desestimular empreendedores e seus empregados, sendo assim é fundamental que a visão seja um direcionador de ações que estimulem o crescimento do negócio, em vez de desencorajar e não oferecer perspectivas alcançáveis. A visão deve ser conhecida por todos e orientar as ações, sendo ela considerada o combustível para a busca de resultados.

Exemplos **Visão** em grandes empresas:

Apple

Mudar o mundo através da tecnologia.

Samsung

Manter a 1ª posição no mundo na mesma linha de negócios.

Nubank

Resolver a vida financeira das pessoas com transparência, segurança e simplicidade.

Os valores são o DNA da empresa, são os ideais de atitude, comportamento e busca de resultados comuns aos empregados, líderes e acionistas nas relações com clientes, fornecedores, comunidade, parceiros e governos, as empresas buscam em seus colaboradores valores em comum a fim de ter uma integração fácil e que de certa forma induz a buscar os mesmos resultados. Sendo assim, os valores podem ser intermitentes de acordo com a necessidade da organização, de forma a qual estão relacionados às atitudes e comportamento de modo que não se identifique com o DNA da empresa.

Exemplos de **Valores** em grandes empresas;

LG

A LG Serviços Empresariais é uma empresa que atua no segmento de prestação de serviços e consultoria, com alto padrão de qualidade e desempenho. Agregando valores éticos, pautada pela integridade, confiança, respeito e valorização do ser humano, sem quaisquer preconceitos e formas de discriminação.

O Boticário

Os valores do Grupo Boticário, são referidos por eles mesmos como suas ‘essências’, e dentre elas estão: Brilho no olho é tudo, somos inquietos, nutrimos nossas relações, somos ágeis, buscamos sucesso responsável.

E para finalizar, alguns exemplos de **Valores** que podem ser abordados em qualquer empresa;

- Transparência
- Criatividade
- Equilíbrio
- Sustentabilidade
- Inovação
- O cliente no controle

- Ética
- Responsabilidade social
- Democratização da informação
- Personalização

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão: Vestir pessoas com roupas de qualidade e preço acessível a todos os públicos, trazendo a experiência, conforto e segurança na palma de suas mãos, em um clique poder contar com uma loja repleta de produtos.

Valores: Alinhar seus propósitos com os de seus colaboradores com princípios de comportamento, conduta, foco e objetivo em comum, compromisso com o cliente, honestidade, inovação, modernidade, ética e responsabilidade social.

Visão: Revolucionar o mundo da moda tornando o mesmo mais moderno e acessível, ser reconhecida como referência em excelência e diversidade de produtos, diferencial em atendimento e bem estar.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

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

Eu, caçador de mim é uma expressão que representa o processo de busca interna e descoberta consciente de si mesmo. A metáfora de “caçada” sugere que o autoconhecimento não é algo que podemos simplesmente ter de forma passiva,

mas sim algo que precisa ser buscado ativamente.

O processo de descoberta do propósito pessoal pode ser um processo desafiador, alguns podem encontrar seu propósito naturalmente, enquanto outros podem precisar de ajuda e orientação para descobri-lo. No entanto, o resultado de encontrar e viver de acordo com o propósito de vida pode ser uma vida mais significativa, gratificante e satisfatória.

Ao buscar o autoconhecimento, a pessoa se torna um caçador, procurando rastros e pistas para encontrar a sua verdadeira essência. Isso envolve fazer reflexões profundas, questionar crenças e valores, enfrentar medos e inseguranças e identificar pontos fortes e fracos. É um processo contínuo, que pode levar tempo e requer esforço e dedicação. No entanto, ele também pode trazer muitos benefícios, como uma maior compreensão de si mesmo, mais clareza sobre os objetivos e propósitos de uma vida, uma maior autoconfiança e uma conexão mais autêntica com os outros. Assim, “Eu, caçador de mim” é uma expressão que reflete a atitude de compromisso e coragem para se auto explorar e descobrir a si mesmo, é um convite para uma jornada de crescimento pessoal e transformação.

Apesar de ter sido desenvolvida como uma ferramenta de análise estratégica para empresas e organizações, a matriz swot também pode ser adaptada para a vida pessoal, ajudando as pessoas a avaliar suas próprias forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Ao aplicar a matriz swot na vida pessoal, é possível avaliar nossos pontos fortes e desafios, nossas habilidades e limitações e as oportunidades disponíveis para nós, ao mesmo tempo que identificamos os obstáculos ou ameaças que podem impedir o alcance de nossos objetivos pessoais e profissionais.

Dessa forma, a matriz swot pode ser usada como uma ferramenta para avaliar a si próprio e planejar objetivos para a vida, já que ela oferece uma visão ampla da situação atual e das possibilidades de futuro. A reflexão sobre essa metodologia pode levar a pessoa a otimizar seus talentos na busca da carreira ou mesmo em relação a amigos, vida pessoal, etc... ajudando-a a desenvolver habilidades e competências e a reconhecer oportunidades em sua vida. Em resumo, a matriz swot pode ajudar as pessoas a se conhecer melhor, identificar oportunidades de crescimento pessoal, profissional e projetar estratégias para alcançar seus objetivos de vida.

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

Essa frase destaca a importância do foco e da definição de objetivos na vida. Quando não sabemos qual é o nosso propósito ou para onde queremos chegar, qualquer direção pode parecer adequada, mas na verdade, estamos apenas vagando sem rumo e sem atingir nosso potencial máximo. É importante ter clareza em nossos objetivos e manter o foco para alcançá-los, mesmo que isso signifique enfrentar desafios e obstáculos pelo caminho.

Muitos fatores externos e internos influenciam a formação de nosso caminho de vida. Por isso, todas as nossas metas e planos devem ser organizados com um planejamento claro, objetivo e alcançável, alinhado ao nosso intento de vida. Uma possibilidade é desenvolver um plano e segui-lo.

Uma técnica para ser utilizada no foco profissional é o brainstorming, e, uma ferramenta muito utilizada tanto para a vida pessoal quanto para a profissional, é o canvas.

Brainstorming é uma técnica de criatividade utilizada para gerar ideias e soluções de maneira colaborativa. É uma técnica muito utilizada em grupos de trabalho, onde todos os membros são incentivados a expressar suas ideias livremente, sem críticas ou julgamentos. O objetivo do brainstorming é estimular a criatividade e a inovação, gerando o maior número possível de ideias em um curto espaço de tempo. Após a sessão de brainstorming, as ideias são avaliadas e selecionadas para serem desenvolvidas em ações concretas. O brainstorming pode ser utilizado em diversas áreas, como negócios, educação, artes, entre outras, e é uma ferramenta muito eficaz para estimular o pensamento criativo e a colaboração em equipe.

Já o canvas é uma ferramenta de gestão estratégica utilizada para planejamento e modelagem de negócios. O Business Model Canvas, por exemplo, é um modelo visual que permite descrever, projetar, avaliar e reinventar modelos de negócios. Ele é composto por nove blocos que representam os aspectos mais importantes de um negócio, como proposta de valor, segmento de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos chave, atividades chave, parcerias e estrutura de custos. O uso do Canvas permite que os empreendedores possam visualizar de maneira clara e estruturada todas as informações relevantes para o sucesso de seus negócios, facilitando a tomada de decisões e a identificação de oportunidades de melhoria.

estabelecer objetivos, metas e indicadores é fundamental para alcançar nossos projetos de forma eficiente e eficaz. Os objetivos são a descrição clara e específica do que se deseja alcançar, enquanto as metas são os passos mensuráveis necessários para atingir esses objetivos. Já os indicadores são as ferramentas que utilizamos para avaliar o progresso e o sucesso de nossos esforços em relação às metas estabelecidas.

Ao traçar metas específicas e mensuráveis, podemos acompanhar o progresso de nosso projeto e avaliar se estamos no caminho certo para alcançar nossos objetivos. Além disso, os indicadores nos permitem avaliar a eficácia de nossas ações e tomar decisões informadas para melhorar nosso desempenho. Portanto, é importante estabelecer objetivos claros e específicos, traçar metas mensuráveis e utilizar indicadores para avaliar o progresso e o sucesso de nossos projetos. Isso nos ajuda a manter o foco, a tomar decisões informadas e a alcançar nossos objetivos de forma eficiente e eficaz.

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

Essa frase é uma citação famosa do inventor Thomas Edison, que afirmava que uma ideia brilhante pode ser apenas o começo, mas o sucesso depende principalmente do trabalho duro e da dedicação para colocar essa ideia em prática. Isso significa que, embora a inspiração seja importante, ela é apenas uma pequena parte do processo de alcançar nossos objetivos. O sucesso requer muito trabalho, esforço e perseverança, mesmo quando as coisas ficam difíceis. Portanto, para alcançar nossos objetivos, é importante ter uma ideia clara do que

queremos alcançar, estabelecer metas específicas e trabalhar duro para alcançá-las, mesmo diante de obstáculos e desafios. A inspiração pode ser o ponto de partida, mas é a transpiração, ou seja, a dedicação constante e o trabalho árduo que nos leva ao sucesso.

As metas que devem ser estabelecidas para alcançar os objetivos de vida devem ser traduzidas em um plano de ação para colocar em ação o que foi planejado.

As metodologias PDCA (Plan, Do, Check, Act) e PDCL (Plan, Do, Check, Learn) são ferramentas de gestão de processos que visam melhorar a eficiência e a eficácia das atividades em uma organização. Ambas as metodologias possuem uma sequência de etapas que devem ser seguidas para alcançar os objetivos desejados. A metodologia PDCA é dividida em quatro etapas: - Plan (Planejar): definir o objetivo a ser alcançado, identificar os processos envolvidos e estabelecer as metas e os indicadores de desempenho; - Do (Fazer): implementar as ações planejadas e coletar os dados necessários para avaliar o desempenho; - Check (Verificar): analisar os dados coletados e compará-los com as metas estabelecidas, identificando possíveis desvios e falhas; - Act (Agir): corrigir as falhas identificadas e implementar melhorias contínuas no processo.

Já a metodologia PDCL é semelhante à PDCA, mas inclui uma etapa adicional: - Learn (Aprender): a partir da análise dos dados coletados, aprender com os erros e acertos do processo, identificando oportunidades de melhoria para implementar nas próximas iterações. Em resumo, ambas as metodologias buscam aprimorar os processos organizacionais de forma contínua, através de um ciclo de planejamento, execução, avaliação e ação corretiva. A diferença entre elas está na inclusão da etapa de aprendizado na metodologia PDCL, que busca uma abordagem ainda mais focada na melhoria contínua.

A análise das cinco forças de Porter é uma ferramenta de análise estratégica criada pelo professor Michael Porter, da Harvard Business School, que ajuda a entender as forças competitivas que afetam uma indústria ou mercado específico. As cinco forças são:

1. Ameaça de novos entrantes: refere-se à facilidade ou dificuldade de novas empresas entrarem no mercado e competirem com as empresas já estabelecidas.
2. Poder de negociação dos fornecedores: refere-se ao poder que os fornecedores têm para influenciar os preços e qualidade dos produtos ou serviços que fornecem.
3. Poder de negociação dos clientes: refere-se ao poder que os clientes têm para influenciar os preços e qualidade dos produtos ou serviços que compram.
4. Ameaça de produtos substitutos: refere-se à facilidade ou dificuldade de os clientes substituírem um produto ou serviço por outro similar.
5. Rivalidade entre os concorrentes: refere-se à intensidade da competição entre as empresas já estabelecidas no mercado.

Ao analisar essas cinco forças, é possível avaliar a atratividade e o potencial de lucro de um mercado ou indústria, bem como identificar oportunidades e ameaças para as empresas que operam nele. A análise das cinco forças de Porter é uma ferramenta valiosa para a tomada de decisões estratégicas e o planejamento de negócios.

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

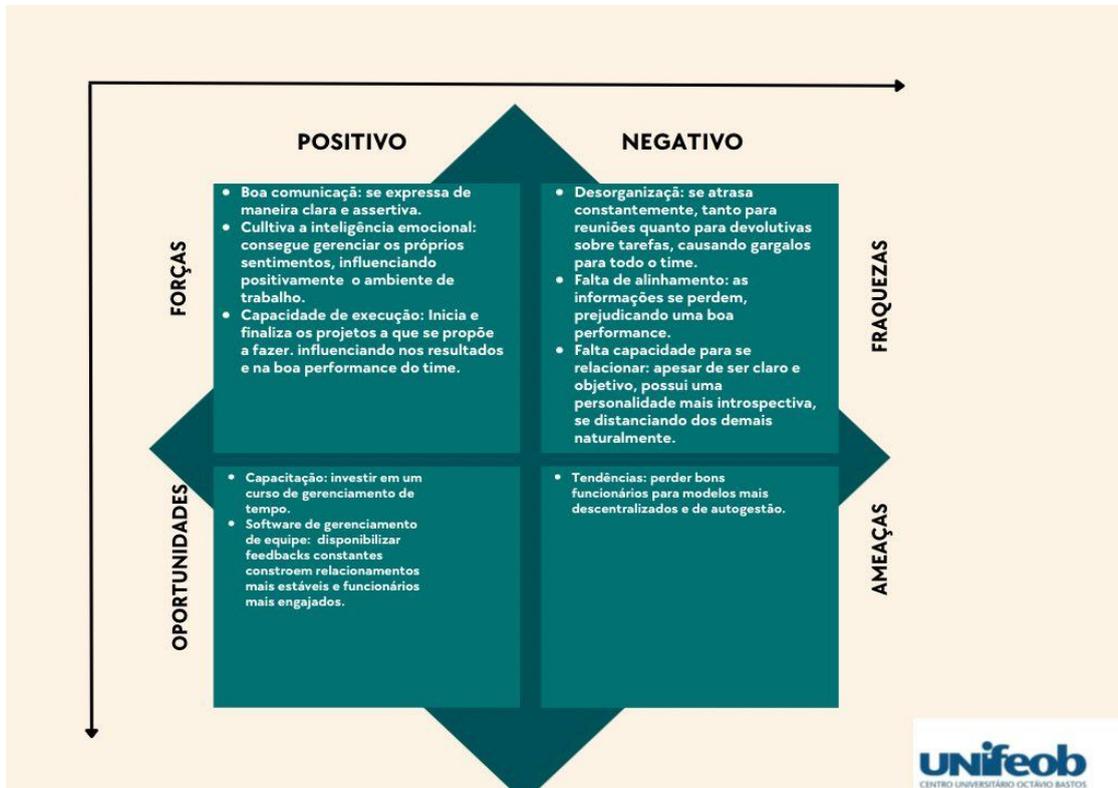
A avaliação é uma ferramenta importante na gestão de qualquer processo ou negócio. A frase "o que não é medido, não é gerenciado" significa que, sem uma avaliação adequada, é difícil entender e controlar o desempenho de um processo ou negócio. A avaliação permite que as empresas monitorem o progresso em relação aos objetivos estabelecidos, identifiquem problemas e oportunidades de melhoria e tomem decisões informadas para melhorar o desempenho.

Por exemplo, se uma empresa não mede o nível de satisfação do cliente, não pode gerenciar essa área de forma eficaz. Sem essa informação, a empresa não sabe se está atendendo às expectativas do cliente ou se precisa fazer melhorias para aumentar a satisfação. Da mesma forma, se uma empresa não mede seus custos de produção, pode não ter uma compreensão clara de onde estão os maiores gastos e onde podem ser feitas economias.

No entanto, é importante lembrar que nem tudo o que é importante pode ser facilmente medido. Alguns aspectos da gestão, como a cultura organizacional, a motivação dos funcionários e a lealdade do cliente, são difíceis de quantificar. Nesses casos, outras ferramentas, como pesquisas de opinião, entrevistas e grupos focais, podem ser usadas para obter informações mais qualitativas.

Em resumo, a avaliação é uma ferramenta crucial para a gestão, mas é importante lembrar que nem tudo pode ser medido facilmente. É preciso usar outras ferramentas para obter informações qualitativas e compreender aspectos mais subjetivos da gestão.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA



4. CONCLUSÃO

Podemos concluir que a tempestade de ideias e a liberdade criativa proporcionaram uma experiência enriquecedora para todos os envolvidos. Através das discussões e da exploração de novas perspectivas, foi possível estimular a inovação e desafiar as convenções tradicionais do mundo dos negócios. A colaboração entre as diferentes unidades de estudo resultou em uma visão abrangente e inspiradora sobre novos empreendimentos. Embora o foco não tenha sido a viabilidade imediata, as ideias geradas durante esse processo podem servir como ponto de partida para futuros projetos empreendedores. Através dessa jornada de criatividade, aprendemos a valorizar a importância da imaginação, da colaboração e da abertura para novas possibilidades. O "Brainstorming Empresarial" nos deixou com a convicção de que a ousadia e a inovação são fundamentais para impulsionar o crescimento e a evolução no mundo dos negócios.

REFERÊNCIAS

Código de Conduta e Ética Empresarial. - LG Serviços Empresariais. LG. Disponível em:

<http://www.lgservemp.com/page-1#:~:text=A%20LG%20Servi%C3%A7os%20Empresariais%20%C3%A9,preconceitos%20e%20formas%20de%20discrimina%C3%A7%C3%A3o.>

Acesso em: 11 de Junho, 2023.

Entenda Qual é o Perfil do Empreendedor. Cubo Up. Disponível em:

<https://cuboup.com/conteudo/perfil-de-empendedor/#:~:text=Uma%20pessoa%20com%20Perfil%20de,riscos%20para%20realizar%20suas%20a%C3%A7%C3%B5es.>

Acesso em: 10 de Junho, 2023.

Missão, Visão e Valores de uma empresa: entenda o que é e como devem ser definidos. Senior Blog. Disponível em :

<https://www.senior.com.br/blog/missao-visao-e-valores-de-uma-empresa-entenda-o-que-e-e-como-devem-ser-definidos>

Acesso em : 11 de Junho, 2023.

Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos. Contabilizei.blog.

Disponível em:

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/#:~:text=sucesso%20nos%20neg%C3%B3cios.-,O%20que%20%C3%A9%20Miss%C3%A3o%2C%20Vis%C3%A3o%20e%20Valores%3F,presente%20e%20futuro%20do%20empreendimento.>

Acesso em: 09 de Junho, 2023.

Nossas Essências e Nosso Propósito. Grupo Boticário. Disponível em:

<https://www.grupoboticario.com.br/nossas-essencias-e-nosso-proposito/>

Acesso em: 11 de Junho, 2023.

O que são estratégias empresariais, Sebrae. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-estrategias-empresariais.e4df6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Acesso em: 12 de Junho, 2023.

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: Projeto Integrado Planejamento Estratégico
CURSO: Administração
MÓDULO: 3º
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Luiz Fernando Pancine e Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Camila Marcondes Paoletti
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Decidimos criar uma empresa de venda de roupas chamada “Barô Store”, da qual a finalidade é a venda de roupas 100% online.

Desafio: O maior desafio que tivemos em relação a esse projeto foi escolher o ramo da empresa	
Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos, em que cada integrante ficava responsável pela parte do trabalho.	
Síntese das Ações: As reuniões foram feitas pelo grupo no Whatsapp já que quase todos os integrantes do grupo moram em cidades diferentes.	
a. Aspectos positivos: Por ser uma loja online, alguns custos foram eliminados, como por exemplo o aluguel da loja. Também por ser online todos têm mais “liberdade” do que uma loja física, como o deslocamento até o local de trabalho.	
b. Dificuldades encontradas: Pelo fato das vendas serem 100% online, foi necessário traçar um planejamento estratégico diferente dos métodos já conhecidos comparado a uma loja física, o marketing é algo que temos que priorizar nesse caso.	
c. Resultados atingidos: O principal resultado atingido foi o conhecimento mais afundo sobre os assuntos pesquisados, sobre o processo de criação de uma empresa, entender melhor como funciona a parte de e-commerce, a administração estratégica de uma empresa online e entender mais sobre o empreendedorismo.	
d. Sugestões / Outras observações: Uma sugestão seria ter um professor disponível um dia da semana para tirar as dúvidas sobre o P.I, no caso, um horário a noite para quem trabalha seria perfeito, tivemos um pouco de dificuldade para entrar em contato com os professores somente por e-mails, no presencial um professor fica disponível toda sexta feira, acreditamos que seria interessante essa forma também no EAD.	
3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012023100179	NOME: Camila Marcondes Pioleti
RA: 1012023100395	NOME: Inaê Cristina de Oliveira
RA: 1012022100318	NOME: João Vitor de Carvalho Rabelo
RA: 1012023100408	NOME: Mariana Aparecida Bernardes
RA: 1012023100246	NOME: Melissa Morais Anadão

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Projeto Integrado Planejamento Estratégico
CURSO: Administração
MÓDULO: 3º
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Luiz Fernando Pancine e Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Inaê Cristina de Oliveira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

5. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Decidimos criar uma empresa de venda de roupas chamada “Barô Store”, da qual a finalidade é a venda de roupas 100% online.
Desafio: O maior desafio que tivemos em relação a esse projeto foi escolher o ramo da empresa.
Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos, em que cada integrante ficava responsável pela parte do trabalho.
Síntese das Ações: As reuniões foram feitas pelo grupo no Whatsapp já que quase todos os integrantes do grupo moram em cidades diferentes.
<p>e. Aspectos positivos: Por ser uma loja online, alguns custos foram eliminados, como por exemplo o aluguel da loja. Também por ser online todos têm mais “liberdade” do que uma loja física, como o deslocamento até o local de trabalho.</p>
<p>f. Dificuldades encontradas: Pelo fato das vendas serem 100% online, foi necessário traçar um planejamento estratégico diferente dos métodos já conhecidos comparado a uma loja física, o marketing é algo que temos que priorizar nesse caso.</p>

g. Resultados atingidos: O principal resultado atingido foi o conhecimento mais afundo sobre os assuntos pesquisados, sobre o processo de criação de uma empresa, entender melhor como funciona a parte de e-commerce, a administração estratégica de uma empresa online e entender mais sobre o empreendedorismo.

h. Sugestões / Outras observações: Uma sugestão seria ter um professor disponível um dia da semana para tirar as dúvidas sobre o P.I, no caso, um horário a noite para quem trabalha seria perfeito, tivemos um pouco de dificuldade para entrar em contato com os professores somente por e-mails, no presencial um professor fica disponível toda sexta feira, acreditamos que seria interessante essa forma também no EAD.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100179	NOME: Camila Marcondes Paoletti
RA: 1012023100395	NOME: Inaê Cristina de Oliveira
RA: 1012022100318	NOME: João Vitor de Carvalho Rabelo
RA: 1012023100408	NOME: Mariana Aparecida Bernardes
RA: 1012023100246	NOME: Melissa Morais Anadão

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado Planejamento Estratégico

CURSO: Administração

MÓDULO: 3º

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Luiz Fernando Pancine e Danilo Morais Doval

ESTUDANTE: João Vitor de Carvalho Rabelo

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Decidimos criar uma empresa de venda de roupas chamada “Barô Store”, da qual a finalidade é a venda de roupas 100% online.

Desafio: O maior desafio que tivemos em relação a esse projeto foi escolher o ramo da empresa

Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos, em que cada integrante ficava responsável pela parte do trabalho.

Síntese das Ações: As reuniões foram feitas pelo grupo no Whatsapp já que quase todos os integrantes do grupo moram em cidades diferentes.

i. Aspectos positivos: Por ser uma loja online, alguns custos foram eliminados, como por exemplo o aluguel da loja. Também por ser online todos têm mais “liberdade” do que uma loja física, como o deslocamento até o local de trabalho.

j. Dificuldades encontradas: Pelo fato das vendas serem 100% online, foi necessário traçar um planejamento estratégico diferente dos métodos já conhecidos comparado a uma loja física, o marketing é algo que temos que priorizar nesse caso.

k. Resultados atingidos: O principal resultado atingido foi o conhecimento mais afundo sobre os assuntos pesquisados, sobre o processo de criação de uma empresa, entender melhor como funciona a parte de e-commerce, a administração estratégica de uma empresa online e entender mais sobre o empreendedorismo.

l. Sugestões / Outras observações: Uma sugestão seria ter um professor disponível um dia da semana para tirar as dúvidas sobre o P.I, no caso, um horário a noite para quem trabalha seria perfeito, tivemos um pouco de dificuldade para entrar em contato com os professores somente por e-mails, no presencial um professor fica disponível toda sexta feira, acreditamos que seria interessante essa forma também no EAD.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100179	NOME: Camila Marcondes Pioleti
RA: 1012023100395	NOME: Inaê Cristina de Oliveira
RA: 1012022100318	NOME: João Vitor de Carvalho Rabelo
RA: 1012023100408	NOME: Mariana Aparecida Bernardes

RA: 1012023100246	NOME: Melissa Morais Anadão
-------------------	-----------------------------

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Projeto Integrado Planejamento Estratégico
CURSO: Administração
MÓDULO: 3º
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Luiz Fernando Pancine e Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Mariana Aparecida Bernardes
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

11. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Decidimos criar uma empresa de venda de roupas chamada “Barô Store”, da qual a finalidade é a venda de roupas 100% online.
Desafio: O maior desafio que tivemos em relação a esse projeto foi escolher o ramo da empresa
Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos, em que cada integrante ficava responsável pela parte do trabalho.
Síntese das Ações: As reuniões foram feitas pelo grupo no Whatsapp já que quase todos os integrantes do grupo moram em cidades diferentes.
m. Aspectos positivos: Por ser uma loja online, alguns custos foram eliminados, como por exemplo o aluguel da loja. Também por ser online todos têm mais “liberdade” do que uma loja física, como o deslocamento até o local de trabalho.

n. Dificuldades encontradas: Pelo fato das vendas serem 100% online, foi necessário traçar um planejamento estratégico diferente dos métodos já conhecidos comparado a uma loja física, o marketing é algo que temos que priorizar nesse caso.

o. Resultados atingidos: O principal resultado atingido foi o conhecimento mais afundo sobre os assuntos pesquisados, sobre o processo de criação de uma empresa, entender melhor como funciona a parte de e-commerce, a administração estratégica de uma empresa online e entender mais sobre o empreendedorismo.

p. Sugestões / Outras observações: Uma sugestão seria ter um professor disponível um dia da semana para tirar as dúvidas sobre o P.I, no caso, um horário a noite para quem trabalha seria perfeito, tivemos um pouco de dificuldade para entrar em contato com os professores somente por e-mails, no presencial um professor fica disponível toda sexta feira, acreditamos que seria interessante essa forma também no EAD.

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100179	NOME: Camila Marcondes Paoleti
RA: 1012023100395	NOME: Inaê Cristina de Oliveira
RA: 1012022100318	NOME: João Vitor de Carvalho Rabelo
RA: 1012023100408	NOME: Mariana Aparecida Bernardes
RA: 1012023100246	NOME: Melissa Moraes Anadão

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado Planejamento Estratégico

CURSO: Administração

MÓDULO: 3º

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Luiz Fernando Pancine e Danilo Moraes Doval

ESTUDANTE: Melissa Morais Anadão
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre de 2023

14. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Decidimos criar uma empresa de venda de roupas chamada “Barô Store”, da qual a finalidade é a venda de roupas 100% online.

Desafio: O maior desafio que tivemos em relação a esse projeto foi escolher o ramo da empresa

Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos, em que cada integrante ficava responsável pela parte do trabalho.

Síntese das Ações: As reuniões foram feitas pelo grupo no Whatsapp já que quase todos os integrantes do grupo moram em cidades diferentes.

q. Aspectos positivos: Por ser uma loja online, alguns custos foram eliminados, como por exemplo o aluguel da loja. Também por ser online todos têm mais “liberdade” do que uma loja física, como o deslocamento até o local de trabalho.

r. Dificuldades encontradas: Pelo fato das vendas serem 100% online, foi necessário traçar um planejamento estratégico diferente dos métodos já conhecidos comparado a uma loja física, o marketing é algo que temos que priorizar nesse caso.

s. Resultados atingidos: O principal resultado atingido foi o conhecimento mais afundo sobre os assuntos pesquisados, sobre o processo de criação de uma empresa, entender melhor como funciona a parte de e-commerce, a administração estratégica de uma empresa online e entender mais sobre o empreendedorismo.

t. Sugestões / Outras observações: Uma sugestão seria ter um professor disponível um dia da semana para tirar as dúvidas sobre o P.I, no caso, um horário a noite para quem trabalha seria perfeito, tivemos um pouco de dificuldade para entrar em contato com os professores somente por e-mails, no presencial um professor fica disponível toda sexta feira, acreditamos que seria interessante essa forma também no EAD.

15. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100179	NOME: Camila Marcondes Paoleti
RA: 1012023100395	NOME: Inaê Cristina de Oliveira
RA: 1012022100318	NOME: João Vitor de Carvalho Rabelo
RA: 1012023100408	NOME: Mariana Aparecida Bernardes
RA: 1012023100246	NOME: Melissa Moraes Anadão