



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO / CIÊNCIAS CONTÁBEIS / GESTÃO
COMERCIAL / GESTÃO FINANCEIRA / GESTÃO DE
RECURSOS HUMANOS.**

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

M.D.V.J ALIMENTOS NATURAIS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO / CIÊNCIAS CONTÁBEIS / GESTÃO
COMERCIAL / GESTÃO FINANCEIRA / GESTÃO DE
RECURSOS HUMANOS.**

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

M.D.V.J ALIMENTOS NATURAIS

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

DOUGLAS M. AZARIAS, RA 1012022101124

MICHAEL A. L. ZANDONADI, RA 1012022100131

JONATAS E. R. REIS, RA 1012021200273

VALQUIRIA C. DE LIMA, RA 1012023100420

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 | 7 |
| 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA | 7 |
| 3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL | 8 |
| 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES | 9 |
| 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 | 14 |
| 4. CONCLUSÃO | 16 |
| REFERÊNCIAS | 17 |
| ANEXOS | 18 |
| RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO | 19 |

1. INTRODUÇÃO

O presente projeto tem como objetivo idealizar uma empresa de e-commerce de vendas de alimentos naturais. A ideia é fornecer uma experiência de compra fácil e personalizada para todas as faixas e tipos de clientes. E oferecer preços agressivos, competitivos para os diversos públicos tendo como principal foco produtos naturais, saudáveis e orgânicos cultivados sem uso de agrotóxicos.

A plataforma tem como um dos pontos principais, selos de reconhecimento e garantia de produtos, a ideia final também é ter parcerias com produtores locais para a maximização de gastos e assim alavancar a economia local.

Também será abordado sobre a Gestão Empreendedora e Administração Estratégica, fomentando ideias para a criação de um novo empreendimento, o perfil empreendedor e estratégias empresariais.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa M.D.V.J Alimentos Naturais, atua no setor de e-commerce de alimentos, seu principal foco é fornecer produtos de alta qualidade e orgânicos a milhares de famílias espalhadas pelo Brasil, seus principais concorrentes são Korin Agricultura e meio ambiente, Armazem do campo, Eatly e Terra Madre que já investem neste tipo de modalidade há algum tempo. A principal engrenagem que move a empresa M.D.V.J é a ideia de fornecer uma vida melhor aos seus clientes e que eles troquem o industrializado pelo orgânico e natural.

Hoje temos vários estudos que mostram que produtos industrializados fazem mal à saúde, então a empresa M.D.V.J quer levar saúde, preços acessíveis e ainda contribuir com a economia local. A plataforma oferece milhares de opções, dentre eles, legumes, verduras, produtos veganos, leites, sementes, grãos e tantas outras opções.

A empresa também tem preocupação com a natureza e com o futuro, ela conta com o selo de “Eu Reciclo” pois todas as caixas enviadas aos clientes são recicladas, priorizando a reciclagem com responsabilidade.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A empresa M.D.V.J tem uma loja física localizada em São João da Boa Vista, seu ponto principal é a venda de alimentos no e-commerce, o local escolhido para sediar a empresa fica no centro urbano da cidade. A infraestrutura da empresa é umas das mais atuais e busca a excelência no mercado, o ponto forte da organização é a visão de trazer a mudança, a dificuldade de encontrar produtos naturais a preços acessíveis é dificultoso, por isso decidimos encarar este desafio e entregar o diferencial.

Seu principal público alvo é o das pessoas que querem viver bem, aquelas que querem praticidade na vida, a ideia é que a plataforma seja o diferencial tanto virtual quanto no físico trazendo pacotes mensais com produtos orgânicos e selecionados, a ideia é expandir para toda região do Estado. Sempre alavancando pesquisas e soluções para nutrição das plantas e a produção de alimentos naturais.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A plataforma M.D.V.J. Alimentos Naturais, está no mercado há 9 anos. Durante esse período teve uma loja física no centro urbano de sua Cidade Natal ,São João da Boa Vista, Porém a empresa visando uma gestão tecnológica, iniciou atualmente a integração de vendas pelo site.

Passando por um processo diário, como treinamento de pessoas qualificadas para o novo plano de negócio, registro de vendas, estoque e logística, teve toda uma organização interna para poder expandir sua loja física para e-commerce .Foi um meio atrativo para alavancar seu sucesso nas vendas.

Os produtos orgânicos possuem certificados e são selecionados para quem busca alimentos saudáveis, eles passam por um processo de produção 100% sustentável que não prejudica o ecossistema.

A empresa começou com 100 produtores especializados, que atuavam em todas as fases do processo, desde o plantio até a chegada na mão do consumidor. Hoje, devido a nova estratégia de negócio, foram contratados mais 100 produtores, totalizando 200. Com isso podemos garantir a qualidade e diversidade de alimentos frescos e viçosos.

O transporte é feito com motoristas treinados, que levam o produto com muito cuidado.

Temos toda uma equipe especializada para um bom atendimento para caso haja qualquer problema, seja na entrega ou na falta de algum item.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

As fontes de capital da empresa M.D.V.J. Alimentos Naturais se limitam ao cunho privado e não governamentais. Os investimentos na loja física foram fornecidos por uma linha de crédito empresarial, que os sócios acordaram previamente, para suprir as necessidades primárias da empresa, como local, compra de matéria-prima, veículos para o transporte dos produtos naturais e outras.

Já após a migração da empresa para internet, o e-commerce, foram usadas, além dos fundos de capitais próprios dos sócios, as parcerias estratégicas juntou a outros investidores para que a M.D.V.J. Alimentos Naturais pudesse garantir a qualidade de seus produtos, tecnologia e a infraestrutura necessária dentro do site da empresa e nos meios para a entrega dos produtos.

Inicialmente, quando solicitada a linha de crédito empresarial foram cotadas em algumas instituições bancárias, pois o valor pode variar por levar em consideração o histórico de quem o solicita a M. D. V. J. Alimentos Naturais se preocupou em acordar um valor que coubesse na capacidade de quitação dentro da receita planejada após o início das operações no e-commerce.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Nossa proposta é estabelecer uma empresa de alimentos naturais que ofereça produtos saudáveis, nutritivos e sustentáveis para os consumidores que aderem a esse tipo de alimentação. Nosso objetivo é fornecer opções alimentares que sejam livres de ingredientes artificiais, aditivos químicos e pesticidas, promovendo uma alimentação equilibrada e de qualidade.

Nossa empresa se concentra em produzir e comercializar uma ampla variedade de produtos que atendam às demandas crescentes por alimentos saudáveis e orgânicos. Nossa linha de produtos inclui itens como lanches naturais, refeições prontas, condimentos naturais, entre outros.

Diferenciais competitivos: Buscaremos oferecer uma ampla variedade de alimentos naturais para atender às diferentes preferências e restrições alimentares dos consumidores, como produtos sem glúten, veganos, vegetarianos, sem lactose, entre outros.

Sustentabilidade: Nosso compromisso com a sustentabilidade será evidente em todas as etapas de negócio, desde a obtenção dos ingredientes até a embalagem dos produtos. Faremos esforços para minimizar o impacto ambiental e promover práticas responsáveis.

Conveniência: Além de oferecer alimentos saudáveis, valorizaremos a conveniência para os nossos clientes. Nossos produtos estarão disponíveis em diferentes formatos, como embalagens individuais para lanches rápidos e refeições prontas para o consumo.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica da M.D.V.J. Alimentos Naturais, envolve um planejamento cuidadoso das particularidades do mercado, foco na sustentabilidade do

meio ambiente, na qualidade dos produtos oferecidos, no relacionamento com os produtores locais e na satisfação do cliente.

Essa iniciativa de criar a M.D.V.J. Alimentos Naturais, tem como objetivo principal proporcionar a saúde e o bem-estar aos consumidores de diferentes regiões, ao disponibilizar uma diversidade de produtos locais. Para alcançar esse objetivo, a M.D.V.J. se iniciou apenas em uma região específica, onde buscou estabelecer parcerias com os produtores regionais, tendo em vista a comercialização de uma ampla variedade de produtos orgânicos. Além disso, a empresa também oferece apoio aos produtores, estimulando assim uma harmonia entre o desenvolvimento sustentável e a valorização dos produtos regionais.

Ao estabelecer um relacionamentos justo com os produtores, deve-se garantir a qualidade e a confiabilidade dos produtos adquiridos. Com o passar do tempo, a empresa pode crescer e se espalhar por todo o país, ganhando mais clientes e aumentando sua importância no mercado.

Periodicamente é feita uma avaliação do mercado por meio de indicadores-chave de desempenho (KPIs) relevantes, e da concorrência para verificar oportunidades, vendas, satisfação do cliente, taxa de retenção, margem de lucro e ameaças, o que contribuirá para entender as preferências dos clientes consumidores aos produtos, bem como as necessidades específicas de cada região.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Uma estratégia empresarial é crucial para alcançar o sucesso. Para isso, é importante abordar elementos-chave, como segmentação de mercado, diferenciação e proposta de valor, parcerias com produtores locais/agricultura familiar, experiência do cliente, marketing digital e conteúdo.

A segmentação de mercado é fundamental para direcionar os esforços de marketing e atingir o público-alvo. A empresa deve identificar os segmentos mais

promissores, como consumidores preocupados com a saúde, adeptos de dietas específicas e aqueles que valorizam a sustentabilidade e a origem dos alimentos.

Para se destacar no mercado, deve desenvolver uma proposta de valor clara e diferenciada, destacando os benefícios dos produtos, como a alta qualidade, o impacto positivo na saúde, a sustentabilidade ambiental e o apoio aos produtores rurais locais estabelecendo uma identidade única que atrai consumidores que valorizam esses aspectos em seus produtos. Além disso, é importante estabelecer parcerias com produtores locais e agricultura familiar, para garantir a qualidade e a origem dos alimentos oferecidos. Isso não só apoia a economia local, como também permite que a loja online ofereça uma variedade de produtos frescos e sazonais aos seus clientes.

A experiência do cliente também é crucial, por meio de um site intuitivo e fácil de navegar, com informações detalhadas sobre os produtos e avaliações de clientes, atendimento eficiente e entrega rápida e confiável.

Além disso, oferecemos embalagens sustentáveis e métodos de entrega confiáveis, promovendo a satisfação, fidelidade e crescimento sustentável do negócio.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

1. Korin Agricultura e Meio Ambiente: missão de oferecer alimentos saudáveis, seguros e sustentáveis, com respeito aos animais e ao meio ambiente;
2. Armazém do Campo: missão de promover a agricultura familiar e a produção orgânica, valorizando a cultura e o conhecimento popular;
3. Eataly: missão de oferecer produtos de alta qualidade e origem certificada, promovendo a cultura alimentar e a gastronomia italiana;
4. Terra Madre: missão de oferecer produtos orgânicos e naturais, valorizando a agricultura familiar e a produção local;
5. Organomix: missão de oferecer produtos orgânicos e naturais, promovendo a saúde e o bem-estar dos consumidores.

Essas empresas têm em comum a valorização da produção local e da agricultura familiar, além do compromisso com a oferta de produtos saudáveis e sustentáveis.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Nós temos um propósito: fornecer aos consumidores uma variedade de produtos alimentícios orgânicos e naturais diretamente dos produtores rurais locais. Através disso, buscamos promover uma alimentação saudável, sustentável e consciente, ao mesmo tempo em que apoiamos a agricultura local e valorizamos os princípios de comércio justo.

Nossa visão é sermos a principal referência no mercado de alimentos orgânicos e naturais, sendo a escolha preferida dos consumidores que buscam uma alternativa saudável e sustentável para suas necessidades alimentares. Desejamos ser reconhecidos como um negócio inovador e comprometido com a qualidade, a transparência e o apoio à comunidade agrícola local.

Nossos valores incluem a qualidade, comprometimento em oferecer produtos alimentícios orgânicos e naturais da mais alta qualidade, respeitando os padrões rigorosos de produção, segurança e sustentabilidade. Também valorizamos práticas agrícolas e comerciais que respeitem o meio ambiente, minimizando o impacto negativo e promovendo a conservação. Nosso objetivo é apoiar a economia local e preservar as tradições agrícolas da região, promovendo o comércio justo e a transparência em todas as etapas da nossa cadeia de suprimentos.

Valorizamos a qualidade e a sustentabilidade em nossos produtos alimentícios orgânicos e naturais, e fornecemos informações claras sobre a origem, produção e certificações dos mesmos, para que nossos clientes possam fazer escolhas informadas. Estamos comprometidos em construir um negócio sólido e confiável, que ofereça uma experiência excepcional aos nossos clientes e contribua para uma alimentação mais saudável, sustentável e consciente na sociedade.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

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

Na vida temos objetivos e sonhos que nos motiva lutar dia após dia com os problemas e adversidades sejam elas quais forem, para alcançar nossos objetivos é necessário o planejamento de ações e o autoconhecimento.

Autoconhecimento podemos definir como nós conhecermos a si mesmo, sabermos onde queremos chegar e quais caminhos percorrer, saber ser resiliente, muitas vezes parar para refletir, entender o momento que está vivendo, se faz sentido com o seu objetivo, se vai ser preciso corrigir rotas.

Entender nossas forças é algo muito importante para o processo de autoconhecimento, quais qualidades, habilidades e atitudes que temos de diferencial, para se sobressair sobre os problemas e transformá-los em oportunidade, muitas vezes como: fidelização de fornecedores, excelência no atendimento, resoluções de problemas de forma eficaz, conseqüentemente isso pode trazer a tão sonhada promoção para o cargo esperado, o surgimento de novas parceria com intuito de empreender, entre outros exemplos.

A grande maioria das pessoas, tem uma dificuldade de enxergar suas fraquezas, sejam elas emocionais ou espirituais, pois trata-se muitas vezes de pessoas orgulhosas, onde só sabem identificar qualidades, para haver o autoconhecimento é necessário respeitar nossos limites, para que nos momentos de fraquezas não venhamos tomar decisões precipitadas e muitas vezes desistir de nossos sonhos, ter um equilíbrio mental, físico e espiritual é algo que se torna uma necessidade, pois com isso nós conseguimos de forma mais fácil, analisar situações que trazem riscos e ameaças para o sucesso no alcance de nossos objetivos.

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

No decorrer de nossas vidas, planejamos trajetórias para chegar em nossos objetivos, mas podemos no meio deste processo ser influenciados por diversos fatores externos e internos, por isso é muito importante ter objetivos e planejamentos claros de modo que seja viável sustentá-los.

Existem diversas formas de controlar e planejar esta trajetória para que no futuro consiga concluir com êxito o tão esperado sonho, de uma independência financeira, qualidade de vida, entre outros aspectos positivos, uma das formas bem simples de iniciar um planejamento bem sucedido é colocar no papel, planos, projetos, prioridades, ideias.

Após colocar no papel as ideias, planejamento, e prioridades, é importante fazer questionamentos de cada uma, exemplo: Quais concorrentes irei enfrentar caso siga este segmento? Quais qualidades e experiências tenho de diferencial? Quais metas terei que alcançar para me destacar sobre os meus concorrentes? Caso o planejamento não dê certo, quais outros caminhos posso seguir?

Quando temos todas estas perguntas respondidas, e uma opinião bem formada sobre o que queremos, buscando sempre adquirir conhecimento por meio de pesquisa de mercado, cursos profissionalizantes para aperfeiçoar cada vez mais, com isso ficará munido de informações e estará um passo à frente de muitas pessoas.

Um princípio muito importante no foco de alcançar nossos sonhos, é traçar metas, que seria um indicador de motivação de curto prazo e médio prazo, uma forma de identificar em qual período está vivendo de sua trajetória, exemplo de metas: Reservar 20% de renda mensal para comprar o prédio comercial para o início de seu escritório de contabilidade, finalizar o curso superior em 4 anos, reservar 10% de renda mensal para uma reserva financeira, muitas pessoas confundem o termo “metas” com “objetivo”.

Quando falamos de objetivo, estamos falando de uma visão mais estratégica de concluir projetos de longo prazo, sejam eles profissionais ou pessoais, exemplo: Comprar a casa própria, trocar de carro, conquistar meu escritório de contabilidade.

Tendo em vista cada conceito e exemplos acima, trata-se de características de pessoas que mantêm o foco, tendo um direcionamento e controle de seus planos profissionais e pessoais, contudo chegando a excelência de alcançar seus sonhos e objetivos.

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

Para definirmos a estratégia e ação de nossos planos, existem diversas ferramentas na área de negócios podendo auxiliar na consolidação dos objetivos que iremos traçar na nossa vida pessoal e profissional, como exemplo planejamento Smart.

O planejamento Smart, é separado pelas seguintes siglas de acordo com Objetivo e meta, exemplo ser gerente de vendas do segmento farmacêutico:

- Meta: Ser Gerente de Vendas de uma grande empresa farmacêutica
- Objetivo: Contratação como colaborador da empresa
- S (Específica) Ser contratado pela maior empresa no segmento
- M (Mensurável) Aprovação no processo seletivo
- A (Atingível) Tenho o perfil e as qualificações necessárias
- R (Relevante) É parte do meu propósito de carreira
- T (Temporal) Prazo máximo 24 meses

Com o planejamento Smart, conseguimos ter compreensão dos resultados que devemos alcançar para chegar em nossos objetivos de forma mais clara, neste ciclo é de suma importância dedicação e foco para que seja concluído no prazo determinado, sobre o planejamento.

Mesmo com exemplos práticos para se aplicar um planejamento do alcance de nossos sonhos, é importante ter garra e saber que o caminho a percorrer não será fácil, não desistir nas primeiras dificuldades e erros, pois são nas dificuldades que iremos amadurecer e se superadas não se tornaram um fardo e sim um experiência para levar

para sua vida, então saiba a transpiração fará parte do seu dia a dia, mas no final de tudo será gratificante, pois o sucesso irá acontecer.

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

O planejamento que traçamos para dar suporte ao alcance de metas do nosso futuros, precisa ter condições e rotas avaliadas, para que possamos saber que estamos no caminho correto, diante disso existem possibilidades de avaliarmos esses resultados, como: GCP- Gestão do conhecimento pessoal que é definido como processo individual e disciplinado onde entendemos as observações, ideais e informações focadas no nosso autodesenvolvimento, no mundo em que vivemos, existem diversas fontes de informações, mais precisamos ser capazes de filtrar quais delas são verdadeiras, e com isso possam se tornar útil para nossas competências.

Nosso conhecimento, é a nossa principal munição para os desafios profissionais e pessoais, é muito importante buscarmos conhecimento, preservar, e compartilhar para que com isso venha ser o melhor no que faz e quer para si mesmo, por isso é de suma importância no processo de realização de sonhos e objetos, ser medido todas as atitudes e caminhos que iremos seguir, para que possamos cada vez mais aperfeiçoar nosso conhecimento e ter um futuro de sucesso.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Neste tópico iremos abordar sobre a ferramenta SWOT, que tem como significado e objetivo, auxiliar novos empreendedores a realizar uma autoanálise de seu planejamento estratégico medindo suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, podendo trazer grandes benefícios a sua empresa, servindo como uma bússola para orientação da trajetória para o alcance de suas metas e objetivos.

Primeiramente é necessário analisar os pontos fortes, identificando suas habilidades, características e comportamentos, podemos dizer que os pontos fortes são aqueles que motivam e impulsionam um empreendedor a superar seus objetos, encontrando soluções criativas, através de pensamentos estratégicos, por outro lado é importante se atentar com os pontos fracos, como falta de experiência prévia em gestão

pode dificultar na tomada de decisões, pouco entendimento sobre finanças, entre outros podendo sempre ser superados por meio de aprendizados, orientação e desenvolvimento pessoal.

No decorrer do processo da ferramenta SWOT, existe o fator ameaças, é de suma importância que o empreendedor entenda seu negócio, pois pode ocorrer grandes mudanças em questões de tributações, importações entre outros fatores, estar preparado também para a concorrência, apresentando um grande diferencial, para assim minimizar os impactos futuros de seu empreendimento, entendendo seus pontos fortes, fraquezas e ameaças, quando existe um controle de ambas situações, o empreendedor consegue transformá-las em oportunidades, pois o empreendedor terá uma visão externa de seu negócio, podendo acompanhar seu mercado, o momento que a economia está passando, podendo criar network, expandindo o número de clientes e fornecedores, conseqüentemente construindo um empreendimento consolidado e próspero.

4. CONCLUSÃO

O Projeto vigente tem como objetivo demonstrar o modelo de negócio que a empresa M. D. V. J. desenvolve de forma ampla e sustentável, relatando sobre sua estrutura e diferenciais sobre a comercialização de produtos naturais, trazendo maior comodidade e garantia para seus clientes, tendo um diferencial de uma plataforma e-commerce, buscando atender a demanda crescente do mercado, estruturando uma boa administração de recursos estrategicamente para a satisfação do cliente final.

Também foi demonstrado quais meios de capitais a empresa utilizou para iniciar seu empreendimento, e quais propostas futuras a empresa tem em seu planejamento estratégico, de forma ética e sustentável.

E para concluir nosso trabalho foi realizada uma análise em grupo sobre os benefícios da ferramenta SWOT para empreendedores utilizarem no planejamento estratégico de suas empresas, e quais vantagens a ferramenta oferece, tendo exemplos práticos para ser desenvolvidos no dia a dia, podendo levar a experiência teórica para um empreendimento de sucesso.

REFERÊNCIAS

EURECICLO. **Reciclagem com responsabilidade Social**, https://www.eureciclo.com.br/sobre/selo?matchtype=p&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=se.branded&utm_term=eu%20reciclo&hsa_acc=4958439819&hsa_cam=1073756521&hsa_grp=54087061433&hsa_ad=642049961656&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-417064940346&hsa_kw=eu%20reciclo&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad=1&gclid=Cj0KCOjwmZejBhC_ARIsAGhCqncJnBNOZe-vXmJ5zZSsGpbgfNtFvao6HUhPUCvv24lsef5MrUFAcE0aAqGIEALw_wcB > Acesso em 16 de maio de 2023

KLEMER, JOELMA. **Marketing de vendas**, Disponível em: <https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=6606>, Acessado em 20 de Maio de 2023.

KORIN **ALIMENTOS. Diferenciais**, <https://www.korin.com.br/diferenciais-dos-produtos-korin/>, Acessado em 20 de maio de 2023.

LACERDA, IDELMA. **Qualidade no atendimento ao cliente como fator de crescimento empresarial**, Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/-qualidade-no-atendimento-ao-cliente-como-fator-crescimento-empresarial.htm>, Acessado em 07 de maio de 2023.

LIVUP. **Comparação concorrência**, <https://www.livup.com.br/> > Acesso em: 16 de maio e 2023.

MERCADOECONSUMO. **Varejo alimentar digital ja é uma realidade no Brasil**, <https://mercadoeconsumo.com.br/26/08/2022/artigos/o-varejo-alimentar-digital-ja-e-um-a-realidade-no-brasil/?cn-reloaded=1> > Acesso em: 22 de maio de 2023.

SEBRAE. **Como elaborar o plano de negócios da sua empresa**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passos-a-passos-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa.d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em 20 de maio de 2023

UNIFEQB. **Pensando estrategicamente**, 2023. Disponível em: <https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/304837/content/3279389> > Acesso em: 15 de maio de 2023.

ANEXOS

Figura 1: Fontes de Capital M.D.V.J. ALIMENTOS NATURAIS

| FONTES DE CAPITAL | |
|---------------------------------------|---|
| Fontes de cunho privado | |
| Capital próprio | Fundos investidos pelos próprios empreendedores ou acionistas da empresa |
| Investidores-anjo | Indivíduos que aplicam seu capital em empresas em estágio inicial em troca de participação acionária |
| Capital de risco | Empresas de investimento que fornecem financiamento a empresas em estágio inicial com alto potencial de crescimento em troca de uma participação acionária significativa e geralmente exigem um retorno substancial sobre o investimento |
| Financiamento coletivo | O crowdfunding envolve a captação de recursos junto a um grande número de pessoas, geralmente pela Internet |
| Empréstimos bancários | Podem ser garantidos, ou seja, com a necessidade de oferecer algum ativo como garantia, ou não garantidos, com base na análise de crédito e histórico financeiro da empresa |
| Linha de crédito empresarial | São acordos pré-aprovados com bancos ou instituições financeiras, que permitem às empresas acessar capital quando necessário. Essa opção oferece flexibilidade, uma vez que os empreendedores podem usar apenas a quantia necessária e pagar juros apenas sobre o valor utilizado |
| Parcerias estratégicas | Além de fornecer capital financeiro, as parcerias estratégicas podem envolver empresas ou investidores que contribuem com recursos complementares, como conhecimento, tecnologia, infraestrutura ou acesso a mercados. Essas parcerias podem ser uma fonte valiosa de capital não monetário |
| Fontes de cunho estatal | |
| Subsídios e incentivos governamentais | Subsídios ou incentivos financeiros para empresas empreendedoras, principalmente em setores estratégicos ou com foco em inovação. Esses recursos podem ser obtidos por meio de programas governamentais específicos ou concursos. |

Fonte: Própria.

Figura 2: Vídeo estudantes na prática



RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

| 1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE |
|---|
| RELATÓRIO: Projeto Integrado |
| CURSO: Gestão Comercial |
| MÓDULO: Planejamento Estratégico |
| PROFESSOR RESPONSÁVEL: Antonio Donizete Fortes e Danilo Durval |
| ESTUDANTE: Michael Augusto Lucio Zandonadi |
| PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º Trimestre 2023. |

| 2. DESENVOLVIMENTO |
|--|
| Contextualização: O projeto teve como objetivo idealizar uma empresa de e-commerce sendo ampla e sustentável voltada a produtos naturais de forma que alcance o público em geral com preços acessíveis, também foi abordado temas de suma importância como Gestão Empreendedora e Administração Estratégica. |
| Desafio: O maior desafio foi a decisão de criar uma empresa mostrando seus diferenciais e potenciais que ela iria trazer para o mercado. |
| Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos e estipulado uma data para entrega de cada integrante. |
| Síntese das Ações: O grupo desenvolveu temas importantes para a criação e a elaboração de uma empresa, sendo feito encontros online e debates dentro de um grupo de mensagens para decidir a criação da mesma. Foram feitas também buscas em sites de empresas reais para a elaboração do projeto. |
| a. Aspectos positivos : O projeto foi feito de forma positiva, sendo de fácil entendimento. |
| b. Dificuldades encontradas: Não houve dificuldades apresentadas. |

c. Resultados atingidos: O presente projeto contém informações ricas e todos do grupo puderam participar e opinar para a formação e criação da empresa.

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

| | |
|------------------|---------------------------------|
| RA 1012021200273 | JONATAS EDWARDS RODRIGUES REIS |
| RA 1012023100420 | VALQUIRIA CRISTIANE DE LIMA |
| RA 1012022100131 | MICHAEL AUGUSTO LUCIO ZANDONADI |
| RA 1012023100420 | DOUGLAS MESSIAS AZARIAS |

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado

CURSO: Gestão de Recursos Humanos

MÓDULO: Planejamento Estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Durval e Luiz Fernando Pancini

ESTUDANTE: Jonatas Edwards Rodrigues Reis

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º Trimestre de 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto teve como objetivo idealizar uma empresa de e-commerce sendo ampla e sustentável voltada a produtos naturais de forma que alcance o público em geral com preços acessíveis, também foi abordado temas de suma importância como Gestão Empreendedora e Administração Estratégica.

Desafio: O maior desafio foi a decisão de criar uma empresa mostrando seus diferenciais e potenciais que ela iria trazer para o mercado.

Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos e estipulado uma data para entrega de cada integrante.

Síntese das Ações: O grupo desenvolveu temas importantes para a criação e a elaboração de uma empresa, sendo feito encontros online e debates dentro de um grupo de mensagens para decidir a criação da mesma. Foram feitas também buscas em sites de empresas reais para a elaboração do projeto.

e. Aspectos positivos : O projeto foi feito de forma positiva, sendo de fácil entendimento.

f. Dificuldades encontradas : Não houve dificuldades apresentadas.

g. Resultados atingidos : O presente projeto contém informações ricas e todos do grupo puderam participar e opinar para a formação e criação da empresa.

h. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

| | |
|------------------|---------------------------------|
| RA 1012021200273 | JONATAS EDWARDS RODRIGUES REIS |
| RA 1012023100420 | VALQUIRIA CRISTIANE DE LIMA |
| RA 1012022100131 | MICHAEL AUGUSTO LUCIO ZANDONADI |
| RA 1012023100420 | DOUGLAS MESSIAS AZARIAS |

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado

CURSO: Administração

MÓDULO: Planejamento Estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Antonio Donizete Fortes e Danilo Durval

ESTUDANTE: Douglas Messias Azarias

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º Trimestre de 2023

8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto teve como objetivo idealizar uma empresa de e-commerce sendo ampla e sustentável voltada a produtos naturais de forma que alcance o público em geral com preços acessíveis, também foi abordado temas de suma importância como Gestão Empreendedora e Administração Estratégica.

Desafio: O maior desafio foi a decisão de criar uma empresa mostrando seus diferenciais e potenciais que ela iria trazer para o mercado.

Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos e estipulado uma data para entrega de cada integrante.

Síntese das Ações: O grupo desenvolveu temas importantes para a criação e a elaboração de uma empresa, sendo feito encontros online e debates dentro de um grupo de mensagens para decidir a criação da mesma. Foram feitas também buscas em sites de empresas reais para a elaboração do projeto.

i. Aspectos positivos: O projeto foi feito de forma positiva, sendo de fácil entendimento.

j. Dificuldades encontradas: Não houve dificuldades apresentadas.

k. Resultados atingidos: O presente projeto contém informações ricas e todos do grupo puderam participar e opinar para a formação e criação da empresa.

1. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

| | |
|-------------------|---------------------------------|
| RA 10120212200273 | JONATAS EDWARDS RODRIGUES REIS |
| RA 1012023100420 | VALQUIRIA CRISTIANE DE LIMA |
| RA 1012022100131 | MICHAEL AUGUSTO LUCIO ZANDONADI |
| RA 1012023100420 | DOUGLAS MESSIAS AZARIAS |

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

| |
|---|
| RELATÓRIO: Projeto Integrado |
| CURSO: Gestão Financeira |
| MÓDULO: Planejamento Estratégico |
| PROFESSOR RESPONSÁVEL: Antonio Donizete Fortes e Danilo Durval |
| ESTUDANTE: Valquiria Cristiane de Lima |
| PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º Trimestre de 2023 |

11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto teve como objetivo idealizar uma empresa de e-commerce sendo ampla e sustentável voltada a produtos naturais de forma que alcance o público em geral com preços acessíveis, também foi abordado temas de suma importância como Gestão Empreendedora e Administração Estratégica.

Desafio: O maior desafio foi a decisão de criar uma empresa mostrando seus diferenciais e potenciais que ela iria trazer para o mercado.

| | |
|--|----------------------------------|
| Cronograma das Ações: O projeto foi dividido em tópicos e estipulado uma data para entrega de cada integrante. | |
| Síntese das Ações: O grupo desenvolveu temas importantes para a criação e a elaboração de uma empresa, sendo feito encontros online e debates dentro de um grupo de mensagens para decidir a criação da mesma. Foram feitas também buscas em sites de empresas reais para a elaboração do projeto. | |
| m. Aspectos positivos: O projeto foi feito de forma positiva, sendo de fácil entendimento. | |
| n. Dificuldades encontradas: Não houve dificuldades apresentadas. | |
| o. Resultados atingidos : O presente projeto contém informações ricas e todos do grupo puderam participar e opinar para a formação e criação da empresa. | |
| p. Sugestões / Outras observações | |
| | |
| 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO | |
| | |
| RA 1012021200273 | JONATAS EDWARDS RODRIGUES REIS |
| RA 1012023100420 | VALQUIRIA CRISTIANE DE LIMA |
| RA 1012022100131 | MICHAEL AUGUSTO LUCIO ZANODONADI |
| RA 1012023100420 | DOUGLAS MESSIAS AZARIAS |

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE**RELATÓRIO:****CURSO:****MÓDULO:****PROFESSOR RESPONSÁVEL:****ESTUDANTE:****PERÍODO DE REALIZAÇÃO:****14.DESENVOLVIMENTO**

Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe

Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.

Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

q. Aspectos positivos

r. Dificuldades encontradas

s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

| | |
|-------------------|---------------------------------|
| RA 10120212000273 | JONATAS EDWARDS RODRIGUES REIS |
| RA 1012023100420 | VALQUIRIA CRISTIANE DE LIMA |
| RA 1012022100131 | MICHAEL AUGUSTO LUCIO ZANDONADI |
| RA 1012023100420 | DOUGLAS MESSIAS AZARIAS |