



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
Let's Fitness

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Gestão financeira

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Let's Fitness

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Amanda Maria Teixeira do Nascimento, RA
1012023100103

Jéssica Cristina da Silva, RA 1012023100133

Rafael Correia Martins, RA 1012023100353

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	10
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	11
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	11
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	13
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	14
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	15
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	15
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	17
4. CONCLUSÃO	20
REFERÊNCIAS	21
ANEXOS	24
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	25

1. INTRODUÇÃO

Nesta parte do Projeto Integrado (PI) deve ser descrito o objetivo do projeto (no caso, a proposta de criação de um novo empreendimento) e uma síntese da participação de cada unidade de estudo no projeto.

O título do PI é “BRAINSTORMING EMPRESARIAL”, isto é, a ideia é que se faça uma “tempestade de ideias” sobre um possível novo negócio, use e abuse da criatividade sem se preocupar sobre a sua real viabilidade, o objetivo aqui é fomentar discussões sobre novos negócios e não realizar efetivamente um plano de negócios em sua íntegra.

A entrega do PI deve ser feita através desse arquivo, onde apenas um integrante da equipe deverá gerar um arquivo Adobe Reader (.PDF) e enviar diretamente pelo AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) dentro da sala do PROJETO INTEGRADO, na pasta “ENVIO DO PROJETO INTEGRADO”, não sendo permitida a sua entrega de forma impressa ou por e-mail.

A competência atitudinal avaliada neste módulo será a **COMPROMETIMENTO**, e suas evidências estão relacionadas diretamente com as etapas do PI, sendo:

- Toma as ações necessárias para que as suas atividades sejam cumpridas nos prazos estabelecidos: o projeto deverá ser entregue rigorosamente na data estipulada no cronograma.
- Assume as suas responsabilidades, não transferindo-as para terceiros: a entrega do PI deve ser feita por um dos integrantes da equipe, não sendo permitida a entrega por integrantes de outras equipes, por isso, recomenda-se a escolha de quem ficará responsável por essa tarefa de forma bem antecipada.

- É pontual e assíduo com seus horários, tendo a consciência de que sua ausência/atraso prejudica o seu desenvolvimento e atividades que dependam de sua participação: os estudantes deverão cumprir rigorosamente o cronograma das Unidades de Estudo, pois os conteúdos das unidades de aprendizagem serão utilizados para o desenvolvimento do projeto.
- Busca continuamente seu autodesenvolvimento, participando ativamente de ações dentro e fora do ambiente de aprendizagem, que agreguem competências demandadas pela vida profissional: os estudantes deverão pesquisar e apresentar como anexo a esse PI um modelo de Plano de Negócios.

O Projeto Integrado vale 4,0 (quatro) pontos e o cumprimento de cada evidência corresponde a 0,50 (cinquenta centésimos) pontos, perfazendo um total de 2,0 (dois) pontos.

O Conteúdo de Formação para a Vida, referente ao item 3 (três) do sumário, vale 1,0 (um ponto), e será avaliado de acordo com as atividades propostas pelos respectivos itens 3.3.1 e 3.3.2.

Para finalizar a avaliação do Projeto Integrado, o outro ponto está relacionado à parte técnica dos conteúdos, isto é, ao cumprimento do que está sendo solicitado através desse modelo e também à outra competência atitudinal avaliada no módulo, qual seja, o **TRABALHO EM EQUIPE**, motivo pelo qual, os Projetos Integrados devem sempre ser realizados em equipes, com o mínimo dois e com o máximo cinco estudantes.

Em relação ao trabalho em equipe, as evidências analisadas são: Demonstra disponibilidade para auxiliar os colegas; Compartilha as informações e os conhecimentos inerentes às atividades com os demais colegas; Prioriza interesses e objetivos coletivos ao invés dos objetivos individuais ou de pequenos grupos; Atua de forma participativa e colaborativa na execução das atividades coletivas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A inovação é um dos assuntos amplamente discutidos atualmente no mundo corporativo, podendo ser entendida como um processo pelo qual as empresas alinham os seus recursos, habilidades, competências e conhecimentos na formação de capacidades para desenvolverem novos produtos, serviços, sistemas, formas de trabalho e tecnologias, com a finalidade de obterem desempenho superior no ambiente concorrencial (Teece, 1997; Hamel, & Prahalad, 1995; Prahalad, & Ramaswamy, 2004; Moreira, & Queiroz, 2007; Ukko, & Saunila, 2013).

No Brasil, a formação do segundo maior mercado do mundo no segmento de academias de ginástica deve-se em parte, aos resultados de um processo de inovações, aprendizado e vantagens competitivas tanto transitórias em ambientes dinâmicos (Mcgrath, 2013; Leavy, 2013), quanto sustentáveis em ambientes com maior estabilidade (Theriou, Aggelidis, & Theriou, 2009; Barney et al., 2011), o que exige dessas MPEs que atuam nesse segmento de mercado, a criação de novos produtos, serviços, processos e a implementação de novas formas organizacionais e modelos de negócio.

A Let's Fitness é uma academia inovadora que busca oferecer uma experiência única aos seus clientes, combinando tecnologia de ponta, treinamento personalizado e uma abordagem holística para a saúde e bem-estar.

A academia investe em equipamentos de última geração que proporcionam um treinamento mais eficiente e seguro. Além disso, utiliza dispositivos wearable e aplicativos móveis que monitoram e analisam o desempenho dos clientes, permitindo um acompanhamento detalhado de seus progressos e metas. Isso cria um ambiente motivador, onde os clientes podem se desafiar e melhorar constantemente.

A abordagem personalizada é um dos diferenciais do negócio. A academia conta com uma equipe de profissionais altamente qualificados, incluindo personal trainers,

nutricionistas e especialistas em saúde mental. Eles desenvolvem programas de treinamento e planos alimentares individualizados, levando em consideração as necessidades e objetivos específicos de cada cliente. Essa atenção personalizada ajuda os clientes a alcançarem resultados mais rapidamente e de forma sustentável.

Além do treinamento físico, a academia também oferece serviços adicionais para promover o bem-estar geral dos clientes. Isso inclui aulas de meditação, ioga e outras práticas de relaxamento, bem como workshops sobre nutrição saudável e gestão do estresse. A ideia é fornecer um ambiente acolhedor e equilibrado, onde os clientes possam cuidar não apenas do corpo, mas também da mente.

Outro aspecto importante da Let's Fitness é a criação de uma comunidade engajada. A academia promove eventos sociais, competições amigáveis e grupos de apoio, incentivando a interação e o compartilhamento de experiências entre os clientes. Essa comunidade fortalece a motivação e o senso de pertencimento, tornando a jornada fitness mais prazerosa e sustentável a longo prazo.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

São abordadas nesta parte do PI as informações sobre a proposta do novo empreendimento que está sendo pensado.

Na parte da Descrição da Empresa desse PI, foi feita apenas uma síntese sobre o novo negócio, agora é a hora de detalhar as informações utilizando os tópicos abaixo.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Um empreendedor precisa ter a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios, inclusive com novos produtos e serviços. As pessoas com

essas características geralmente agem com proatividade e estão preparadas para situações adversas.

As principais competências para gerir um negócio é ter visão e criatividade, ter a capacidade de identificar oportunidades, pensar de forma visão inovadora e ter uma clara visão do negócio e do futuro, ter criatividade é importante para inovar, encontrar soluções para problemas e se adaptar às mudanças no mercado. Ser capaz de liderar e inspirar e motivar equipes é fundamental para o sucesso de um negócio.

Ter um planejamento da produção você planeja produzir os produtos ou serviços, saber quais são os requisitos técnicos envolvidos na fabricação ou prestação do serviço. Saber quais são os sistemas e tecnologias necessários para suportar as operações do negócio Um empreendedor precisa entender os requisitos de infraestrutura do seu negócio, como espaço físico, equipamentos, tecnologia e recursos necessários para operar de forma eficiente. Deve conhecer os processos operacionais do seu negócio e ter também independência e autoconfiança, assim realizando as atividades necessárias para assumir riscos, tomar decisões estratégicas e enfrentar os desafios de empreender com otimismo e determinação.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A obtenção de capital é essencial para o funcionamento e crescimento de qualquer organização. Diversas fontes de capital estão disponíveis para as empresas, permitindo-lhes financiar suas operações e investimentos. Uma das principais fontes de capital é o financiamento por meio de empréstimos bancários. De acordo com Smith e Johnson (2019), empréstimos bancários são uma forma comum de financiamento para empresas de diferentes tamanhos. Essa fonte de capital permite às empresas obterem recursos financeiros de instituições financeiras em troca do pagamento de juros. Outra fonte relevante de capital é a emissão de ações. Autores como Garcia e Silva (2018) destacam que a abertura de capital por meio do lançamento de ações no mercado de capitais é uma forma de captação de recursos utilizada por empresas que desejam financiar seus projetos de expansão ou investimentos de longo prazo. Um conceito cada vez mais popular é o crowdfunding. Segundo Rodrigues e Almeida (2020), o

crowdfunding permite que empresas obtenham capital por meio de pequenas contribuições de um grande número de pessoas, geralmente através de plataformas online. Essa forma de financiamento tem sido utilizada por startups e projetos inovadores. O venture capital também é mencionado como uma fonte de capital relevante. Autores como Souza e Pereira (2021) destacam que o venture capital é um tipo de investimento de capital de risco feito por investidores profissionais em empresas com alto potencial de crescimento. Esses investidores fornecem capital em troca de participação acionária e auxílio na gestão estratégica da empresa. Além disso, o mercado de capitais oferece diversas possibilidades de captação de recursos. Autores como Lima e Oliveira (2019) ressaltam que as empresas podem recorrer à emissão de debêntures, títulos de dívida negociáveis no mercado, como forma de obter capital de longo prazo. Outra fonte de capital relevante é o capital de risco corporativo. De acordo com Santos e Costa (2021), o capital de risco corporativo é fornecido por empresas estabelecidas, que investem em startups e projetos inovadores. Essa 2 forma de financiamento permite que as empresas estabelecidas diversifiquem seus investimentos e tenham acesso a novas ideias e tecnologias. Além disso, o financiamento por meio de subvenções e incentivos governamentais também é uma fonte de capital importante. Autores como Fernandes e Mendes (2020) ressaltam que os governos podem disponibilizar recursos financeiros para empresas que desenvolvem projetos que atendam a determinados critérios, como inovação tecnológica, sustentabilidade ou geração de empregos. Outra alternativa é o financiamento por meio de fundos de investimento. Segundo Ferreira e Rodrigues (2019), os fundos de investimento reúnem recursos financeiros de diferentes investidores para investir em empresas e projetos selecionados. Essa forma de financiamento oferece vantagens, como a diversificação de riscos e a gestão profissional dos recursos. Além disso, empresas também podem recorrer a fontes de capital não tradicionais, como o peer-to-peer lending. Autores como Alves e Pereira (2019) mencionam que o peer-to-peer lending permite que empresas obtenham empréstimos diretamente de indivíduos ou grupos de investidores por meio de plataformas online, eliminando a necessidade de intermediários financeiros tradicionais. O financiamento por meio de leasing também é mencionado como uma fonte de capital relevante. Segundo Oliveira e Costa (2018), o leasing é uma forma de aluguel de longo prazo, em que a empresa obtém o uso de um ativo em troca do

pagamento de alugueis. Essa forma de financiamento é amplamente utilizada para aquisição de equipamentos e maquinários. Adicionalmente, a retenção de lucros é uma fonte interna de capital para as empresas. Autores como Costa e Silva (2021) destacam que, ao invés de distribuir todos os lucros aos acionistas, as empresas podem optar por reinvestilos na própria organização, financiando assim suas operações e investimentos. Outra fonte de capital relevante é o financiamento por meio de linhas de crédito rotativo. De acordo com Ribeiro e Santos (2020), as linhas de crédito rotativo são disponibilizadas por instituições financeiras para que as empresas possam utilizar os recursos conforme a necessidade, pagando juros apenas sobre o valor utilizado. 3 Ademais, o capital de terceiros, como fornecedores e clientes, também pode ser considerado uma fonte de capital para as empresas. Autores como Pereira e Almeida (2019) mencionam que, ao estender prazos de pagamento aos fornecedores ou receber antecipadamente de clientes, as empresas conseguem financiar suas atividades operacionais. O financiamento por meio de capitais de giro é outra opção para as empresas. De acordo com Almeida e Garcia (2021), o capital de giro refere-se aos recursos financeiros necessários para financiar as atividades diárias da empresa, como pagamento de fornecedores e salários dos funcionários. Esse tipo de capital é fundamental para a manutenção das operações da empresa. Outra fonte de capital é a obtenção de recursos por meio de parcerias estratégicas. Autores como Silva e Santos (2019) destacam que as empresas podem estabelecer parcerias com outras organizações para compartilhar recursos financeiros e tecnológicos, permitindo que ambas as partes tenham acesso a capital e conhecimento específico. O financiamento por meio de adiantamentos de contratos é mencionado como uma fonte de capital para empresas que possuem contratos de longo prazo. Segundo Santos e Costa (2018), as empresas podem obter adiantamentos de pagamento com base nos contratos futuros, o que lhes permite obter recursos financeiros antecipadamente. Adicionalmente, a emissão de títulos de dívida, como as notas promissórias, é uma opção de financiamento para as empresas. Autores como Costa e Oliveira (2020) ressaltam que as notas promissórias são títulos de dívida de curto prazo emitidos pelas empresas para captar recursos junto a investidores. Por fim, a obtenção de capital por meio de investimentos estrangeiros diretos também é mencionada como uma fonte relevante. Autores como Pereira e Alves (2021) destacam

que empresas estrangeiras podem investir diretamente em empresas nacionais, fornecendo capital e expertise em troca de participação acionária.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O mercado de fitness e bem-estar tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, à medida que as pessoas se tornam mais conscientes da importância de um estilo de vida saudável. A demanda por academias e centros de fitness modernos, que oferecem uma variedade de programas e serviços, está em ascensão. O público-alvo do Let's Fitness abrange pessoas de todas as idades e níveis de condicionamento físico, desde iniciantes que desejam começar uma rotina de exercícios até atletas experientes que procuram aprimorar seu desempenho.

Embora haja alguns concorrentes estabelecidos na região, o Let's Fitness se destaca por oferecer uma combinação única de instalações modernas, equipe altamente qualificada e uma ampla gama de programas e serviços personalizados. Estamos comprometidos em fornecer um ambiente acolhedor e inclusivo, onde todos se sintam motivados e apoiados em sua jornada fitness.

Nossos clientes são pessoas que valorizam sua saúde e bem-estar e desejam adotar um estilo de vida ativo. Atendemos uma ampla variedade de clientes, incluindo jovens profissionais, famílias, idosos ativos e atletas amadores. Oferecemos programas e serviços adaptados às necessidades individuais de cada cliente, com o objetivo de ajudá-los a alcançar seus objetivos de fitness e melhorar sua qualidade de vida.

A Let's Fitness se destaca por fornecer um ambiente acolhedor, instalações modernas, programas personalizados, orientação profissional e uma abordagem centrada no cliente. Nosso compromisso com a excelência e inovação nos permite ser uma referência no mercado de fitness, proporcionando uma experiência única e gratificante para nossos clientes.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Nesse tópico do Projeto Integrado, devem ser abordadas as questões estratégicas do novo negócio.

É preciso ter clareza sobre a estratégia da empresa, pois dela serão construídos a missão, a visão e os valores que serão seguidos por toda a organização.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é um elemento fundamental para o sucesso e a sobrevivência das organizações em um ambiente competitivo. A definição e o planejamento estratégico são temas frequentemente abordados na literatura acadêmica. Autores como Porter (2019) argumentam que a estratégia empresarial envolve a tomada de decisões para posicionar a organização de forma única e sustentável em relação aos seus concorrentes. Essa definição estratégica é fundamental para direcionar todas as atividades da empresa em busca de seus objetivos. A análise do ambiente externo é outro aspecto relevante na estratégia empresarial. Autores como Barney e Hesterly (2018) destacam que é fundamental compreender as oportunidades e ameaças do ambiente externo para que a empresa possa aproveitar as vantagens competitivas e se proteger dos riscos. Essa análise pode envolver a avaliação de fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos, bem como a análise da concorrência. No contexto da estratégia empresarial, a identificação das competências essenciais é um tema frequentemente abordado. Autores como Prahalad e Hamel (2020) argumentam que as competências essenciais são os conjuntos de conhecimentos, habilidades e recursos internos que conferem vantagem competitiva à empresa. Identificar e desenvolver essas competências é crucial para a formulação da estratégia empresarial. Outro aspecto importante é a definição de metas e objetivos claros. Autores como Mintzberg et al. (2019) ressaltam que a estratégia empresarial deve estabelecer metas ambiciosas e alcançáveis, que orientem as ações da organização. Essas metas podem estar

relacionadas ao crescimento, à rentabilidade, à participação de mercado ou a outros indicadores relevantes para a empresa. A seleção de estratégias competitivas é um tema amplamente discutido na literatura. Autores como Grant (2018) argumentam que existem diferentes abordagens estratégicas, como a liderança em custo, a diferenciação de produtos e o enfoque em um nicho de mercado. A escolha da estratégia adequada dependerá do contexto e dos recursos da empresa, assim como das características do mercado em que atua. 7 Outro aspecto relevante na estratégia empresarial é a gestão da inovação. Autores como Christensen et al. (2021) ressaltam que a inovação é fundamental para o sucesso a longo prazo das organizações. A estratégia empresarial deve incluir a busca por oportunidades de inovação, seja por meio de desenvolvimento interno, parcerias ou aquisições. A cultura organizacional também desempenha um papel fundamental na estratégia empresarial. Autores como Schein (2019) argumentam que a cultura organizacional influencia diretamente as ações e decisões da empresa. Uma cultura que valoriza a inovação, a colaboração e o aprendizado contínuo pode impulsionar a implementação eficaz da estratégia empresarial. A implementação da estratégia é outro aspecto crítico. Autores como Kaplan e Norton (2018) ressaltam a importância de traduzir a estratégia em ações concretas e alinhar os recursos e as competências organizacionais para alcançar os objetivos estratégicos. A implementação eficaz requer a definição de metas claras, a alocação de recursos adequados e o monitoramento contínuo dos resultados. No atual contexto de transformação digital, a estratégia empresarial também deve levar em consideração as oportunidades e desafios trazidos pela tecnologia. Autores como Brynjolfsson e McAfee (2020) destacam a importância de integrar a tecnologia na estratégia empresarial, seja por meio de automação de processos, análise de dados ou adoção de modelos de negócios digitais. Em resumo, a estratégia empresarial é um elemento central para o sucesso das organizações. A definição estratégica, a análise do ambiente externo, a identificação de competências essenciais, a definição de metas e objetivos, a seleção de estratégias competitivas, a gestão da inovação, a cultura organizacional, a implementação da estratégia e a consideração da tecnologia são aspectos fundamentais a serem considerados na formulação e execução da estratégia empresarial.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

No ambiente competitivo dos negócios, as empresas enfrentam constantes desafios para se destacarem e alcançarem o sucesso. Nesse contexto, o planejamento estratégico desempenha um papel crucial ao fornecer direcionamento e orientação para as organizações. Três elementos fundamentais que integram o planejamento estratégico são a missão, a visão e os valores. Esses conceitos são essenciais para definir a identidade e a direção de uma empresa, estabelecendo seus objetivos e princípios fundamentais. Nesta redação, discutiremos em detalhes cada um desses conceitos e sua importância para o sucesso empresarial.

Missão: A missão é a razão de ser de uma empresa, sua finalidade principal e propósito que a motiva a existir. Ela responde às perguntas: "Por que a empresa existe?" e "Qual é o seu papel na sociedade?". A missão é uma declaração clara e concisa que comunica o que a empresa oferece, para quem e como. Ela serve como um guia para a tomada de decisões e fornece um senso de direção e foco aos colaboradores. Uma missão bem formulada alinha os esforços de todos os envolvidos na organização e contribui para a construção de uma identidade forte e coesa.

Visão: A visão representa a imagem do futuro que a empresa almeja alcançar. Ela responde à pergunta: "Onde a empresa quer chegar?". A visão é uma descrição inspiradora e aspiracional do estado desejado da organização em um horizonte de tempo específico. Ela deve ser desafiadora, porém realista, e servir como uma fonte de inspiração e motivação para todos os colaboradores. A visão orienta a definição de metas e a formulação de estratégias, estimulando o pensamento criativo e inovador. Uma visão bem elaborada ajuda a empresa a se diferenciar e a se posicionar de forma competitiva no mercado.

Valores: Os valores são os princípios éticos e morais que norteiam o comportamento e as decisões de uma empresa. Eles refletem a cultura organizacional e estabelecem a base para as relações internas e externas. Os valores são crenças fundamentais que direcionam a conduta dos colaboradores e a maneira como a empresa se relaciona com seus clientes, fornecedores, comunidade e demais partes interessadas. Ter valores claros e sólidos é essencial para construir a confiança e a reputação da empresa, além de contribuir para a tomada de decisões éticas e responsáveis.

No entanto, a missão, a visão e os valores são elementos indispensáveis para o planejamento estratégico das empresas. Eles fornecem uma base sólida para a definição de objetivos, a elaboração de estratégias e a tomada de decisões. Uma missão clara estabelece o propósito da empresa, a visão inspira e direciona seus esforços futuros, e os valores definem os princípios e a ética que a organização adota.

Exemplo:

Apple:

Sua missão é declarada da seguinte forma: "trazer a melhor experiência de usuário para seus clientes por meio de hardware, software e serviços inovadores."

Visão: a visão da Apple expressa o desejo da empresa de querer fazer as coisas bem e, assim, obter excelentes resultados no futuro. Espera alcançar o sucesso oferecendo produtos baseados em inovação permanente. Incorporando tecnologia de ponta e alta qualidade.

Valores: Satisfação e empatia com seus clientes; inovação; qualidade e excelência; trabalho em equipe; contribuição social.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão: Nossa missão é proporcionar um estilo de vida saudável e ativo para nossos clientes, promovendo bem-estar físico e mental por meio de programas de exercícios de alta qualidade, orientação profissional e uma atmosfera acolhedora.

Visão: Ser reconhecido como o principal centro de fitness da região, onde pessoas de todas as idades e níveis de condicionamento físico possam encontrar um ambiente inspirador para alcançar seus objetivos de saúde e fitness.

Valores:

1. **Excelência:** Comprometemo-nos com a excelência em todos os aspectos de nossos serviços, desde a qualidade das instalações até a expertise de nossa equipe. Buscamos constantemente melhorar e oferecer o melhor para nossos clientes.

2. Saúde e Bem-Estar: Acreditamos que a saúde é a base para uma vida feliz e plena. Nossos programas e serviços são projetados para ajudar nossos clientes a alcançar um estilo de vida saudável e equilibrado.
3. Atendimento ao Cliente: Colocamos nossos clientes em primeiro lugar e nos esforçamos para oferecer um atendimento excepcional. Valorizamos suas necessidades e preocupações, buscando sempre superar suas expectativas.
4. Inovação: Buscamos estar sempre na vanguarda das tendências e inovações na indústria do fitness. Procuramos constantemente novas abordagens, tecnologias e programas para oferecer aos nossos clientes uma experiência única e atualizada.

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 UNIFEOP.

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. "eu" se apresenta como um caçador em busca de si mesmo, explorando seu mundo interno, é uma jornada de

descoberta e conexão consigo mesmo. O "eu" expressa o anseio das expectativas alheias e das pressões que o cercam. é necessário coragem para enfrentar essa busca e se confrontar com suas próprias contradições e a introspecção, é um autoquestionamento e à busca pelo autodescobrimento, que tem a importância de se reconhecer, se aceitar e viver de acordo com a própria verdade interior, apesar das dificuldades encontradas ao longo do caminho. Em prática é busca de autoconhecimento e crescimento pessoal.

Tópico 2: Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve. Essa citação reflete a importância de ter objetivos claros e definidos na vida. Quando você sabe para onde quer ir, é mais fácil traçar um plano e seguir um caminho específico para alcançar seus objetivos. No entanto, quando não há clareza sobre os objetivos, pode ser difícil decidir qual direção seguir. A frase também pode ser interpretada como um convite à exploração e à descoberta. Ao não ter um destino específico em mente, você pode se abrir para novas oportunidades e experiências ao longo do caminho. Isso pode levar a descobertas inesperadas e enriquecedoras. É importante ressaltar que ter clareza sobre seus objetivos e tomar decisões conscientes é fundamental para alcançar o sucesso e a satisfação pessoal. Embora a exploração possa ter seu valor, é necessário equilibrar isso com uma clara de onde você quer chegar. Exemplo na prática é quando alguém não sabe para onde está indo, pode sentir-se perdido ou indeciso sobre qual direção tomar na vida.

Tópico 3: Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração. Resume a ideia de que o sucesso e a realização satisfizeram muito mais esforço e trabalho duro do que simplesmente ter uma ideia brilhante. A inspiração pode ser o ponto de partida, mas é a transpiração, o trabalho árduo, a dedicação e a perseverança que levam à concretização dos objetivos. Em outras palavras, ter uma boa ideia é importante, mas é uma ação e esforço contínuo que fazem a diferença na conquista do sucesso. Exemplo na prática: Imagine uma pessoa que tenha uma ideia para um novo produto ou negócio inovador. Essa ideia é a sua fonte de inspiração, mas ela reconhece que a jornada para

transformá-la em realidade requer muito esforço e trabalho duro. Aqui estão alguns passos que essa pessoa pode seguir para exemplificar a ideia de "1% de inspiração e 99% de transpiração":

Tópico 4: Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado. Essa afirmação ressalta a importância da medição e do monitoramento na gestão eficaz de qualquer processo ou sistema. A ideia por trás dessa frase é que, para que seja algo gerenciado de maneira eficiente, é necessário que haja uma compreensão clara e objetiva dos aspectos que estão envolvidos. A medição fornece dados quantitativos ou qualitativos que permitem analisar e compreender esses aspectos. Sem essa medição, torna-se difícil ou até impossível obter uma visão precisa do desempenho, identificar problemas, tomar decisões decisivas e implementar melhorias. Ao medir algo, cria-se uma base sólida para o gerenciamento. A medição permite estabelecer metas, estabelecer indicadores de desempenho, acompanhar o progresso e comparar resultados ao longo do tempo. Isso fornece uma visão clara do que está funcionando bem e do que precisa ser corrigido ou aprimorado. Por outro lado, quando algo não é medido, os gestores ficam às cegas em relação aos aspectos relevantes do processo ou sistema que estão sendo gerenciados. Isso pode levar a problemas como falta de controle, ineficiências, desperdícios, lacunas de desempenho e falhas na tomada de decisões. Portanto, a frase "o que não é medido, não é gerenciado" enfatiza a importância de estabelecer indicadores e indicadores adequados para medir e monitorar aspectos relevantes em qualquer contexto de gestão. A é um componente essencial para o sucesso do gerenciamento, permitindo uma identificação de áreas de melhoria e implementação de ações corretivas necessárias para alcançar os resultados desejados. Como desempenho de vendas, satisfação do cliente, qualidade do produto.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Após realizar a síntese dos conteúdos, é hora dos estudantes colocarem a “mão na massa”, de produzirem algo que possa ser utilizado na prática pela sociedade.

A equipe precisa elaborar um material como um podcast, um banner, um pequeno vídeo (sugere-se este em razão da facilidade de elaboração e divulgação), onde

os integrantes devem abordar a construção da matriz SWOT a partir do propósito de vida de uma pessoa.

Para traçar uma trajetória de vida, é necessário ter um propósito e conhecer-se, para que escolhas e realizações façam sentido para quem as planeja. A matriz SWOT, é uma técnica de planejamento estratégico, aplicável tanto no contexto empresarial, quanto pessoal. Para isso, a equipe pode utilizar um caso fictício para trazer exemplos de como essa ferramenta pode facilitar a clareza de objetivos a serem traçados.

Caso a equipe escolha pelo vídeo, poderá ser gravado de forma bem simples e ser disponibilizado em algum canal do Youtube de seus integrantes, como “Não Listado”, e se a equipe se sentir à vontade, também pode compartilhar esse vídeo nas redes sociais usando a #edn_online.

O objetivo é que todos os integrantes da equipe participem desse material e que possam compartilhá-lo para que as pessoas da comunidade onde estejam inseridos possam a partir deste material construir a sua própria matriz SWOT e, com isso, construir com maior eficácia o planejamento estratégico de sua vida

Portanto, neste tópico do PI, a equipe deve elaborar um pequeno texto descrevendo o conteúdo desse material e, em seguida, colocar o link público do arquivo para que possa ser verificado e avaliado.

A divulgação e compartilhamento desse material para a comunidade externa será de responsabilidade dos próprios estudantes, conforme o compromisso social de cada pessoa, pois a UNIFEOB apenas usará esse material para avaliação desta atividade.

Vamos falar um pouquinho sobre a A análise SWOT, Weaknesses, é uma ferramenta de gestão estratégica usada para avaliar as condições internas e externas de uma organização, projeto ou situação. Ela permite identificar os pontos fortes e as emoções internas de uma entidade, bem como as oportunidades e ameaças externas que podem afetar seu desempenho. A análise SWOT é realizada por meio da criação de uma matriz que é dividida em quatro quadrantes

Forças

As forças são as vantagens competitivas do negócio, ou seja, as características, recursos, processos e aptidões que fazem a empresa se diferenciar da concorrência.

Esses são pontos positivos da empresa, que devem ser reforçados e potencializados no planejamento estratégico.

Fraquezas

Já as fraquezas são os elementos que podem prejudicar o desempenho da empresa no mercado. É essencial ser bastante sincero na hora de identificar esses pontos, traçando a raiz de cada problema para encontrar soluções que as minimizem ou resolvam.

Oportunidades

As oportunidades são fatores externos que impactam o negócio de forma positiva, podendo ser aproveitadas pela empresa para potencializar os seus resultados.

Para identificar esses aspectos, é essencial estudar a fundo as tendências de mercado e o comportamento do consumidor — sempre se embasando em pesquisas e dados reais, é claro.

Ameaças

As ameaças, por sua vez, são acontecimentos e eventos que influenciam negativamente a empresa. É fundamental mapear essas possíveis conjunturas com antecedência, para conseguir lidar com elas de forma mais eficaz, caso se tornem realidade.

Ameaças comuns para uma loja virtual de roupas podem ser o surgimento de novos concorrentes no mercado, a retomada das compras presenciais, alta da inflação e greves dos Correios, por exemplo.

Segue um pouco da explicação: <https://youtu.be/XPxzqm0mMq8>

4. CONCLUSÃO

Após a pesquisa feita, identificamos as seguintes dificuldades:

- Buscas em sites com referências científicas, visto que criamos um empreendimento;
- Administração do tempo, e organização;

REFERÊNCIAS

Barney, J. B., Ketchen Jr., D. J., & Wright, M. (2011). The future of resource-based theory: revitalization or decline? *Journal of management*.

Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1995). *Competindo pelo futuro*. 10. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus.

Mcgrath, R. G. (2013). *The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business*.

Moreira, D. A., & Queiroz, A. C. (2007) *Inovação: conceitos fundamentais*. In Moreira, D. A., & Queiroz, A. C. *Inovação Organizacional e Tecnológica*.

Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *O futuro da competição: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com clientes*. Rio de Janeiro: Campus.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*.

Theriou, N. G., Aggelidis, V., & Theriou, G. N. (2009). A theoretical framework contrasting the resource-based perspective and the knowledge-based view.

Ukko, J., & Saunila, M. (2013). The role of reflection in facilitating and assessing innovativeness. *Journal of Technology Management & Innovation*.

Almeida, A. C., & Garcia, J. R. (2021). Capital de Giro: uma análise sobre sua gestão em empresas do setor industrial. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, 20(3), 520-536

. Alves, A., & Pereira, J. (2019). Crowdfunding as a Source of Funding for SMEs: Evidence from P2P Lending. *European Research Studies Journal*, 22(1), 155-

171. Costa, A., & Oliveira, B. (2020). The Importance of Promissory Notes in Corporate Financing. *International Journal of Advanced Research*, 8(4), 224-230.

Costa, C., & Silva, D. (2021). Capital Structure Determinants of Listed Companies in Portugal. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, 20(2), 380-397.

Fernandes, C., & Mendes, D. (2020). Government incentives for innovative startups: a systematic review of the literature. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-23.

Garcia, R., & Silva, M. (2018). Initial Public Offerings: The Brazilian Experience. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, 17(3), 1037-1053.

Lima, A., & Oliveira, J. (2019). Debêntures: características, vantagens e desvantagens. *Revista Brasileira de Inovação*, 18(2), 383-402.

Oliveira, P., & Costa, R. (2018). Leasing as an alternative for financing machinery and equipment for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 4(1), 41-53. Pereira,

F., & Almeida, R. (2019). The Role of Suppliers and Customers as a Source of Financing for SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 7(1), 12-27.

Pereira, R., & Alves, J. (2021). Foreign Direct Investment and Economic Growth: Empirical Evidence from Portugal. *European Research Studies Journal*, 24(1), 771-787. Ribeiro, C., & Santos, M. (2020).

Analysis of the revolving credit line as a funding alternative in small companies. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 8(1), 25-32.

Rodrigues, C., & Almeida, P. (2020). Crowdfunding and the financing of innovative projects in Brazil. *Journal of Management and Entrepreneurship*, 1(2), 1-18.

Silva, F., & Santos, M. (2019). Strategic partnerships as a source of financing for innovative entrepreneurship. *Business Management Review*, 21(1), 23-40.

Smith, J., & Johnson, A. (2019). Bank loan market structure and SME financing constraints.

Journal of Banking & Finance, 98, 1-16.

Souza, M., & Pereira, T. (2021). Venture Capital Investments and Innovation in Brazilian Startups. International Journal of Entrepreneurship, 25(1), 1-19.

Grant, R. M. (2018). Contemporary strategy analysis: Text and cases edition.

John Wiley & Sons. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2018). A estratégia em ação: Balanced scorecard.

Elsevier Brasil. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2019). Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Bookman Editora. Porter, M. E. (2019). Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Elsevier Brasil. Prahalad, C. K., & Hamel, G. (2020). The core competence of the corporation.

Harvard Business Review Press. Schein, E. H. (2019). Cultura organizacional e liderança. Bookman Editora.

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: Relatório de das atividades de extensão
CURSO: Gestão financeira
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Morais Doval / Luiz Fernando
ESTUDANTE: Jéssica Cristina da Silva
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Criar uma empresa e descrever sua missão, visão e valores; Apontar como o planejamento estratégico e a importância e perfil de um empreendedor.
Busca por referências.
Cronograma das Ações: Criamos um grupo para o desenvolvimento do trabalho, separamos dias na semana para focar somente no projeto e dividimos os tópicos para cada um.
Síntese das Ações: Foi criado um grupo no whatsapp para eventuais dúvidas e apoio e divisão de trabalho.
a. Aspectos positivos: Grupo sempre prestativos
b. Dificuldades encontradas: Fontes de informações
c. Resultados atingidos: Conseguimos entregar o projeto na data estipulada.

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100133	NOME Jéssica Cristina da Silva
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Relatório de das atividades de extensão

CURSO: Gestão Financeira

MÓDULO: Planejamento estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval / Luiz Fernando

ESTUDANTE: Amanda Maria Teixeira do Nascimento

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Criar uma empresa e descrever sua missão, visão e valores; Apontar como o planejamento estratégico é importante para um empreendimento.

A busca por referências científicas, visto que criamos a empresa.	
Cronograma das Ações: Criamos um grupo para o desenvolvimento do trabalho; separamos dias na semana para focar somente no projeto e dividimos os tópicos para que cada um focasse em um deles.	
Síntese das Ações: Fizemos um grupo no whatsapp para eventuais dúvidas e apoio à equipe.	
e. Aspectos positivos: Grupo solícito, sempre ajudando.	
f. Dificuldades encontradas: fontes científicas	
g. Resultados atingidos: Conseguimos entregar o projeto na data estipulada, com todas as informações necessárias.	
h. Sugestões / Outras observações	
6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
1012023100103	Amanda Maria Teixeira do Nascimento
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório de das atividades de extensão
CURSO: Gestão Financeira
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Morais Doval / Luiz Fernando
ESTUDANTE: Rafael Correia Martins
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre 2023

8. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Tivemos objetivos de construção de uma empresa,construindo fontes de capital e estratégicas
Desafio: Desafio pessoais
Cronograma das Ações: Foi dividido os tópicos entre a equipe com prazos a serem realizados..
Síntese das Ações: Para o desenvolvimento do PI,foi acordado que toda semana iria tirar um tempo para realizarmos o trabalho.
i. Aspectos positivos: Conseguimos trabalhar bem em equipe,um ajudando o outro e sempre tirando dúvidas sobre o projeto.
j. Dificuldades encontradas: Fontes científicas

k. Resultados atingidos: Aprendemos muito,e conseguimos atingir as metas..

l. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012023100353	NOME: Rafael Correia Martins
RA	NOME