



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

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
**Prot'Burger**

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**

**Prot'Burger**

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

Estudantes:

Gabriel Carvalho Salomé - RA:1012023100178

Michelle Carolina dos Reis - RA : 1012023100394

João Henrique de Oliveira Ferrare - RA: 1012023100188

Thainara Nicole Flausino - RA: 1012023100297

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	13
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	13
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	17
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	20
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	21
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	21
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	26
4. CONCLUSÃO	27
5. REFERÊNCIAS	28
6. ANEXOS	30
7. RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	32

# 1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste Projeto Integrado é demonstrar os conhecimentos adquiridos nesta unidade de estudo nos módulos de administração estratégica e gestão empreendedora.

Para tal feito, desenvolvemos o conceito de um novo empreendimento, onde apontamos como, mesmo em um mercado bem explorado, uma oportunidade minuciosamente desenvolvida e embasada em conhecimentos técnicos de administração estratégica e empreendedorismo, pode transformar uma simples oportunidade em uma empresa bem sucedida.

Nesse artigo você encontrará as seguintes demonstrações: desenvolvimento de visão, missão e valores, objetivo da empresa, matriz SWOT, pesquisas sobre concorrentes, possíveis parceiros e cultura organizacional. Criação de perfil do empreendedor, sínteses sobre autoconhecimento, foco, ação, avaliação e demonstração das fontes de capital.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Essa empresa foi criada a partir de uma simples ideia: Criar um fast food de hambúrgueres, com um modelo de produção igual ao do Subway.

Ao perguntar a alguns amigos qual a diferença entre o lanche do Subway e do McDonalds, 7 de 10 disseram que o lanche do Subway é um lanche da tarde, com ingredientes menos gordurosos, em certo sentido, mais saudável.

Em uma matéria do site Mundoboaforma, a Dra. Patricia Leite discorre como alguns ingredientes usados na rede de fastfood Subway, em termos de nutrição, não são tão diferentes do seu competidor, McDonalds. O cliente teria que fazer uma escolha muito consciente dos ingredientes, sem colocar nenhum molho, para que pudesse comer saudável no Subway.

Uma rápida pesquisa no Chat GPT com a pergunta: “Fast Foods Saudáveis”, nos revelou o nome de algumas empresas: Subway, Freshii, Chipotle, Sweetgreen, Shake Shack. Para nossa surpresa, o Subway é o único da lista que produz lanches, os outros são focados em bowls de salada, burritos e wraps.

Encontramos então um ponto: Não existe nenhuma empresa gigante do ramo de fast food que faça alimentos realmente saudáveis. Mas será que isso é um problema? Uma integrante da nossa equipe nos revelou que tem diabetes e que, para ela, sempre que está em um momento de lazer e come fastfood, come com culpa, pois sabe que esse alimento prejudica mais ainda sua saúde.

Mas será que apenas os diabéticos têm esse problema? Paramos para pensar e chegamos a conclusão que, muitas pessoas que conhecemos se culpam ao comer lanches em fast food, principalmente pessoas que fazem academia mais ativamente, pois lutam tanto para se manterem em forma, mas não encontram lanches que colaborem com sua dieta.

Criamos então a seguinte proposta: Uma rede do ramo alimentício, focada na produção de hambúrgueres realmente saudáveis. O principal diferencial seria a possibilidade de saber as gramas e o valor nutricional do que se está comendo, além de educar nutricionalmente os clientes. Nossa principal missão seria os clientes comerem sem culpa.

Nomeamos a empresa de Prot'Burguer, uma mistura das palavras hambúrguer e proteína. Os clientes principais são pessoas que fazem academia e pessoas com certas restrições alimentares. Nosso concorrente direto seria o Subway, mas nosso diferencial seria um produto totalmente saudável, desde o pão até o acompanhamento, e o cliente escolhe as gramas de cada ingrediente. Pães feitos com farinhas integrais, acompanhamentos de chips de legumes assados e molhos proteicos.

Não vemos o mercado vegano como um inimigo, já que, em sua base alimentar, existem muitos ingredientes que prejudicam a saúde, como: Óleo de soja, farinhas brancas, carne de soja e o excesso de frutose em sucos naturais.

Por fim, a empresa, em primeiro instante, seria apenas um delivery e de acordo com o número de pedidos, passaria a ter lojas físicas e se expandir.

## 3. PROJETO INTEGRADO

### 3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

#### 3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A empreendedora e fundadora da empresa Prot'Burguer, Sofia Silva, é graduada em Nutrição e MBA em Gestão de Negócios. Trabalhou como nutricionista em uma clínica especializada em alimentação saudável por 5 anos e adquiriu um amplo conhecimento sobre o ramo alimentício. Além disso, atuou como gerente em uma rede de restaurantes de comida saudável, sendo responsável pela operação, gestão de equipe e controle de qualidade dos alimentos por 3 anos.

**Características Pessoais:** Corajosa, de postura desafiadora e apaixonada pelo que faz, se mantém atenta ao mercado em busca de oportunidades, ao mesmo tempo em que lidera, orienta e motiva a equipe para alcançar resultados.

**Visão de Negócio:** Sofia, acredita que uma rede de Fast Food Fit, pode ser uma ótima opção para pessoas que seguem um estilo de vida saudável ou que têm alguma restrição alimentar. Seu objetivo é oferecer opções de refeições rápidas, porém nutritivas, feitas com ingredientes frescos e de qualidade. Ela está comprometida em promover a conscientização sobre a importância de uma alimentação equilibrada, saudável e saborosa.

#### 3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para crescer um empreendimento do zero é necessário ter um capital inicial. Podemos ter esse capital gerado a partir de terceiros: investidores, bancos, amigos e parentes. Caso o empreendedor não queira se endividar, ele pode criar sua empresa a partir de capital próprio. Nesse último caso, a pessoa tem que ter dinheiro sobrando para conseguir começar sua própria produção, pois começar um negócio do zero exige grandes investimentos, em maquinários, mão de obra e matéria prima.

No caso da Profª Burger, foi decidido que se faria um empréstimo com terceiros. Na busca do melhor investimento, Sofia descartou pegar dinheiro emprestado com familiares e amigos, pois não gostaria de se indispor futuramente com eles. Também decidiu não buscar um investidor, pois ela sabia que nenhum investidor investiria sem a empresa demonstrar resultados iniciais. A melhor estratégia pensada no momento foi fazer um empréstimo com um banco.

Pesquisando melhor, Sofia percebeu que vários bancos tinham linhas de créditos para microempreendedores, muitas delas com uma porcentagem base de taxa, mais a taxa selic, onde a cada mês seria pago um percentual dos juros definidos no início do contrato. Notou também que algumas empresas pegavam como garantia de pagamento do empréstimo, a hipoteca de algum bem, como carro, casa ou terreno.

Mesmo assim, ela continuou achando que os juros estavam muito altos, alguns chegando até mais que 48% ao ano. Por fim, ela encontrou uma plataforma de crédito online que lhe chamou a atenção. A linha chamada “Empréstimo para abrir empresa” da Creditas, proporciona uma taxa de juros a partir de 0,99% ao mês + IPCA. Sendo a opção mais barata do mercado, ela creditou um empréstimo com a Creditas.

Ela fez um empréstimo de 10 mil reais, onde comprou as máquinas necessárias para produzir os hambúrgueres, comprou os ingredientes para os lanches do primeiro mês, que seria janeiro, dinheiro para pagar o motoboy e um salário para si própria, como cozinheira, de 1.000 reais.

Voltou a morar com a mãe, pois na casa de Dona Neide, tinha uma cozinha externa, que poderia ser usada para produzir os hambúrgueres, além de reduzir custos, por não precisar pagar mais o aluguel do apartamento em que morava.

Sua empresa é MEI o que possibilita ela pagar apenas 4% de juros sobre o lucro ao mês. Decidiu criar uma planilha de como seria o ano de 2024, fazendo uma demonstração que não levaria em conta a variação dos custos ao longo do ano.



Custo de Produção	
Maquinário	10.000,00

Custo Fixos	
Motoboy:	1.173,75
Cozinheiro	1.000,00
Básico (gás, água, luz):	220,00
Marketing:	300,00

Emprestimo	
Banco	Taxa de Juros ao ano
CREDITAS	17,66%
Valor a Pagar cada mês, por 1 ano	147,17

Impostos	
MEI	4%

Sobre o Hamburger	
Ingredientes para 1 hambúrguer	18,70
Lanche vendido por:	50,00
Lucro por Lanche:	31,30

Valor dos Ingredientes por Hamburger (1 Unidade)	Gramas
Pão Integral Organico	34
Molho	12
Salada	8
Legume	10
Carne	40
Cebola	10
<b>Soma</b>	<b>114</b>

Mês	Débito Inicial	Custo Fixos	Lucro	Unidades Vendidas	Emprestimo	Imposto	Lucro do Mês
Janeiro	10.000,00	2.693,75	4.695,00	150	147,17	187,80	1.666,28
Fevereiro	9.852,83	2.693,75	5.947,00	190	147,17	237,88	2.868,20
Março	9.705,67	2.693,75	3.756,00	120	147,17	150,24	764,84
Abril	9.558,50	2.693,75	4.069,00	130	147,17	162,76	1.065,32
Mai	9.411,33	2.693,75	6.260,00	200	147,17	250,40	3.168,68
Junho	9.264,17	2.693,75	4.256,80	136	147,17	170,27	1.245,61
Julho	9.117,00	2.693,75	4.225,50	135	147,17	169,02	1.215,56
Agosto	8.969,83	2.693,75	5.414,90	173	147,17	216,60	2.357,39
Setembro	8.822,67	2.693,75	3.849,90	123	147,17	154,00	854,99
Outubro	8.675,50	2.693,75	3.474,30	111	147,17	138,97	494,41
Novembro	8.528,33	2.693,75	5.321,00	170	147,17	212,84	2.267,24
Dezembro	8.381,17	2.693,75	6.886,00	220	147,17	275,44	3.769,64

Anos para Quitar a Dívida	Dívida	Gasto com Custos Fixos	Lucro Total	Lanches Vendidos no Ano	Pago da Dívida	Pago em Impostos	Lucro Real Do Ano
4,75	8.381,17	32.325,00	58.155,40	1.858	1.766,00	2.326,22	21.738,18

Sofia percebeu que, pegando esse empréstimo, ao final do ano ela teria condições de pagar a vista o que teria pego emprestado. Além disso, ela estava consciente de que provavelmente os números poderiam variar bastante, tanto para melhor como para pior, mas que teria que manter a meta mínima de 95 lanches vendidos por mês, para não ficar com dívidas.

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**

#### **HAMBURGUERIA PROT'BURGUER**

O nosso objetivo é criar um novo sistema alimentar de Fast Food totalmente saudável e nutritivo, que seja mais inteligente e eficiente, tendo a capacidade de gerar impactos positivos para quem come e produz. Será destinado às pessoas que fazem dietas e têm um estilo de vida saudável, como também às pessoas que possuem alguma restrição alimentar. A nossa ideia surgiu pela falta de Fast Food saudável, pois quem consome esse tipo de comida, sempre encontra dificuldades para se alimentar sem sair da dieta.

As verduras, vegetais e legumes serão de parcerias diretas com agricultores familiares e orgânicos. Os demais componentes do hambúrguer serão elaborados por nós mesmo, desde a fabricação dos pães até a formulação das carnes e molhos, com orientação e foco nutricional.

Nossa principal ferramenta de vendas será um Aplicativo, por ele o cliente poderá ter acesso a todos os componentes do cardápio e poderá montar o seu hambúrguer da forma que desejar, como também terá acesso a quantidade de gramas e a todos os dados calóricos dos ingredientes que compõem o hambúrguer. Além disso, o app desenvolvido terá um design diferenciado, proporcionará praticidade e rapidez para os usuários.

#### **APP PROT'BURGUER**



O nosso segundo canal de vendas, serão os Totens Digitais, que ficarão presentes na recepção dos nossos restaurantes. Dessa forma, não terá atendentes e nem caixas, o pagamento será realizado durante o processo final do pedido no Totem Digital, como também no próprio aplicativo.

## CARDÁPIO DA HAMBURGUERIA PROT'BURGUER

### PÃES:

 "PÃO" BASE BRACALIS	 "PÃO" BASE CENOURA	 "PÃO" BASE INHAME	 "PÃO" BASE BETERABA
INGREDIENTES:	INGREDIENTES:	INGREDIENTES:	INGREDIENTES:
5 GRAMAS de X 10 GRAMAS de Y 3 GRAMAS de Z	2 GRAMAS de X 7 GRAMAS de Y 4 GRAMAS de Z	7 GRAMAS de X 1 GRAMAS de Y 2 GRAMAS de Z	4 GRAMAS de X 5 GRAMAS de Y 1 GRAMAS de Z
18 GRAMAS ▼ 22 GRAMAS 29 GRAMAS	13 GRAMAS ▼	10 GRAMAS ▼	10 GRAMAS ▼

### CARNES:

- Prot'Burger 100% Angus Carne Bovina
- Prot'Burger de Frango
- Prot'Burger Vegano de Lentilha
- Prot'Burger com linhaça
- Prot'Burger de grão-de-bico

### SALADA:

- Cenoura
- Grão-de-bico

- Rúcula
- Tomate
- Cebola roxa
- Repolho
- Alface
- Pepino

**TEMPEROS:**

- Vinagre
- Azeite
- Pimenta do reino
- Mix de pimentas
- Sal

**MOLHOS:**

- Prot'Whey
- Prot' Cream
- Prot' Tomate
- Prot' Ervas
- Prot' Gurt

**ACOMPANHAMENTOS:**

- Porções de chips de batata doce
- Donuts de Banana com Aveia

No aplicativo aparecerá uma tabela nutricional antes de finalizar o pedido, apresentando as gramas e dados calóricos do hambúrguer montado, como também informações da fabricação e ingredientes compostos nele.

PÁGINA FINAL :

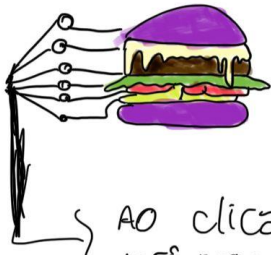


TABELA NUTRICIONAL :

130 GRAMAS ao TODO

30 GRAMAS de PROTEÍNA  
 20 GRAMAS de CARBOIDRATO  
 60 GRAMAS de Folhas e legumes  
 1 grama de sal  
 7 GRAMAS de WHEY PROTEIN  
 2 GRAMAS de AZEITE

FINALIZAR  
 PEDIDO

AO CLICAR NOS INGREDIENTES DO DESENHO,  
 VOCÊ PODE VER DO QUE É FEITO CADA COISA.

### Combos Montados:

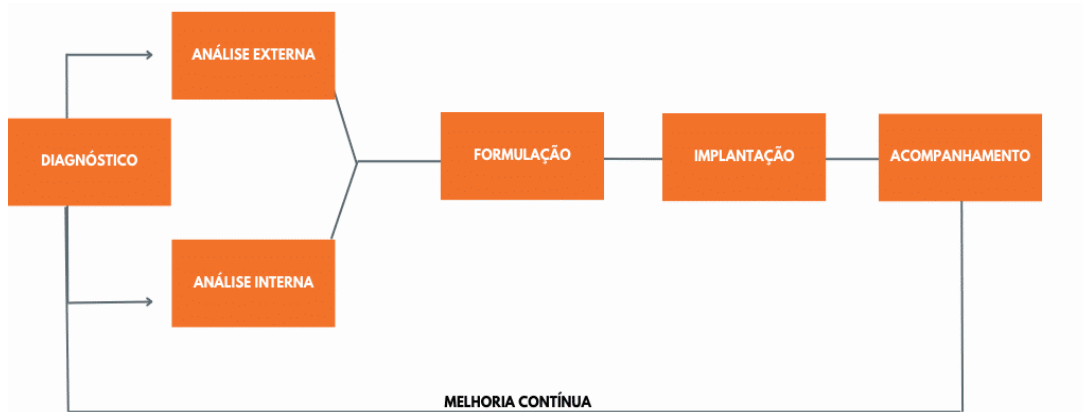
- Hambúrguer Prot'Emagrecer
- Hambúrguer Prot'Energy
- Hambúrguer Prot'VaganeFit
- Hambúrguer Prot'Maromba

No cardápio terá essas opções de hambúrguer montados, para os clientes que estiverem com dúvidas ou indecisos sobre os componentes que irão compor o seu Prot'Hamburguer.

## 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

### 3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

#### Estratégia Empresarial de Crescimento da Hamburgueria Prot'Burger



#### Diagnóstico:

A nossa estratégia empresarial inicial será de Crescimento, pois temos o objetivo de ampliar a nossa rede de Fast Food Saudável para diversas cidades do Brasil, começando pelas Capitais, visando entregar um produto de qualidade e excelência para os nossos futuros clientes.

#### Análise Interna:

1. Em relação ao nosso Recurso Humano, pretendemos contratar mão de obra qualificada e especializada para a preparação dos nossos lanches, como também iremos implantar o programa Jovem Aprendiz, a fim de criar novas oportunidades para os jovens ingressarem no mercado de trabalho.
2. Os Recursos Materiais que utilizaremos para compor a Hamburgueria, serão de qualidade e praticidade, com móveis planejados e sustentáveis, visando o cuidado com o meio ambiente e a elaboração de um espaço agradável.
3. Os nossos Recursos Financeiros, a longo prazo, virão dos Investimentos dos Sócios no Capital Social da Empresa e do retorno financeiro que lucraremos com as vendas.

4. O Recurso Mercadológico serão desenvolvidos da melhor forma em cima dos quatros elementos:



### **Análise Externa:**

Segundo um estudo da GFK, empresa global de pesquisas, mostrou que 70% da população brasileira tem interesse por alimentos saudáveis. O percentual é 9% maior que a média global, de 61%. Além disso, 86% das pessoas afirmam evitar o consumo de alimentos processados. No resto do mundo, esse número é de 73%. Dessa forma, com a criação da nossa rede de Fast Food Saudável, teremos muitas oportunidades no mercado e conquistaremos cada vez mais espaço no mundo fit, pois viemos para inovar o setor alimentício.

### **Formulação e Implantação:**

O nosso projeto para fazer a implantação da estratégica empresarial de crescimento a curto prazo, começará com a criação do nosso aplicativo e a realização de uma pesquisa

de campo em São Paulo, para localizar um ponto estratégico para abrirmos a primeira unidade.

Nosso objetivo inicial é bater a meta de vendas no primeiro trimestre, pois com isso conseguiremos ter uma perspectiva de crescimento ou não nessa área de São Paulo. Dessa forma, vamos investir no marketing e divulgação do nosso restaurante nas redes sociais, realizaremos parcerias com lojas e academias e participaremos de palestras e eventos para divulgar o nosso projeto.

Com as metas batidas já no primeiro trimestre, iremos investir e implantar novos produtos no cardápio com base nas demandas, preferências e objetivos dos clientes. No primeiro semestre atualizaremos o aplicativo para possíveis ajustes e melhorias. Aumentaremos as divulgações e engajamentos nas redes sociais. E investiremos mais em benefícios, bônus, treinamentos e cursos para os nossos funcionários, pois se olharmos a curto prazo e de maneira direta, os benefícios corporativos são vantagens para os colaboradores. Isso porque, essas condições extras são muito importantes para garantir mais saúde, bem-estar e, conseqüentemente, qualidade de vida, dentro e fora do trabalho.

Segundo dados da empresa de 2021, o app do iFood conta com mais de 1,5 milhões de downloads por mês. Além disso, a plataforma opera em mais de 1200 cidades do país, tem mais de 270 mil restaurantes parceiros e alcançou o patamar de 60 milhões de pedidos entregues todo mês. Dessa forma, planejamos fazer as nossas vendas por lá também, pois facilitará o nosso trabalho com deliverys e nos ajudará a divulgar os nossos produtos. A ideia é vincular o nosso aplicativo com o Ifood, assim como o aplicativo da rede McDonald 's é vinculado, pois facilita para os clientes. Nós também vamos adicionar cupons de desconto tanto no nosso aplicativo, como dentro da plataforma de delivery Ifood.

Nossos objetivos a longo prazo, no período de mais ou menos 5 anos, será abrir novas redes por todas as regiões da Cidade de São Paulo, inaugurar pelo menos uma unidade em todas as capitais do Brasil, e com o crescimento das vendas, expandiremos para cidades interioranas.



**Acompanhamento:**

Ao monitorar o planejamento estratégico, o gestor irá verificar se as atividades estão sendo executadas de acordo com os parâmetros definidos, por exemplo, se estão ultrapassando o limite de custo ou exigindo mais recursos do que o projetado. Pois essa avaliação permite analisar o progresso do planejamento e possíveis falhas. O gestor também precisa considerar se as atividades estão sendo desempenhadas de acordo com os valores da empresa, uma vez que isso reflete na sua imagem perante os colaboradores e a sociedade. Para isso, iremos estabelecer padrões de desempenho, a fim de indicar se o planejamento tende a alcançar os resultados perseguidos. Como também, a realização do monitoramento do desempenho dos funcionários e o feedback. Ademais, vamos fazer o acompanhamento do planejamento estratégico, por meio da análise de relatórios operacionais e financeiros das atividades também.

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, Visão e Valores é uma das mais importantes ferramentas de gestão que as empresas podem usar para definir a sua estratégia de negócio. É a partir da MVV que as empresas alinham seu propósito e promovem a reflexão sobre o presente e futuro do empreendimento.

Qual a importância da Missão, Visão e Valores?

Missão, Visão e Valores são a base de qualquer cultura organizacional. Com o passar do tempo, os conceitos foram incorporados ao dia a dia das organizações de todos os portes e, atualmente, se tornaram decisivos para o engajamento dos empregados e líderes, assim como também, na elaboração de planejamento estratégico e alinhamento de comportamentos de atitudes da rotina e tomada de decisão da empresa.

Para as micro e pequenas empresas, a MVV oportuniza um diferencial competitivo pois, de forma organizada, compartilha aquilo que é vital para o fit cultural entre o empreendimento e seus stakeholders.

O que é Missão?

A missão de uma empresa é aquilo que determina a razão de ser do seu negócio. A missão deve ser clara e direta, pois vai reger todos os aspectos de convivência e decisões do negócio. Por ser a base de todo o empreendimento, frente a desafios, deve ser a última a ser reavaliada, porque, na grande maioria das vezes, a empresa está em apuros por causa de erros de estratégia ou visão ou metas.

É fundamental que todos os integrantes da organização saibam qual é a missão que regem eles, para que, nas suas funções do dia a dia, tomem decisões adequadas e ajam da maneira correta em relação aos stakeholders.

Como definir a missão?

Uma excelente definição de missão deve esclarecer o benefício gerado pela empresa para os stakeholders. De acordo com o Sebrae, “uma empresa deve existir não para

produzir o produto ou prestar o serviço que consta em seu contrato (ou estatuto) social, mas sim, para levar o benefício (do produto ou serviço) ao seu público-alvo”.

Do ponto de vista inspiracional, uma boa missão deve propor desafios a todos da organização e alimentar o engajamento da empresa. Líderes focados, colaboradores e parceiros engajados em suas entregas, são o primeiro passo para uma empresa de sucesso.

O que é Visão?

A visão de uma empresa é onde ela quer chegar em um determinado tempo. Isso é muito importante, pois ajudará a definir as ações presentes, rumo a esse futuro imaginado. A visão é como um guia para os líderes pois os ajudam a saber onde investir e a melhor estratégia de negócio.

Ela está alicerçada em um ecossistema em constante mudança e deve ser revista quando necessário. Em alguns cenários a visão se torna obsoleta em pouco tempo, de acordo com a dinâmica do mercado, em função de novas tecnologias ou processos. Em outros cenários, a visão se torna inalcançável no tempo estipulado no planejamento, o que pode desestimular tanto os empreendedores quanto seus empregados.

Dessa forma, é fundamental que a visão leve em conta o ambiente externo, para que norteie as ações conjuntas ao crescimento e reconhecimento, caso contrário, poderá levar a empresa à falência.

Como definir a visão?

Ao definir a visão, lembre que ela deve estar alinhada com sua missão, servindo como colaboradora e incentivadora do propósito da empresa. A visão é como um combustível em uma fogueira, ela permite que a empresa continue viva, por atingir seus objetivos.

A visão deve ser possível de se atingir, mas desafiadora o suficiente para motivar a todos. Uma visão séria e concreta possui indicadores de metas de curto, médio e longo prazo, que, ao longo do caminho, podem ser analisadas e revistas. Algo que pode ajudar é ter uma planilha de todas essas metas e como elas te guiam a visão.

Por fim, deixe a visão bem clara a todos, pois sabendo aonde se quer chegar, o barco navega na direção certa.

O que são os Valores?

Os valores são o DNA da organização. São as atitudes, comportamentos e busca de resultados, comuns a todos os stakeholders. Muitas vezes não são rapidamente identificados, principalmente para alguém que esteja dentro da empresa, mas podem ser descoberto aos poucos por analisar as rotinas, ações e frases comuns dentro da empresa.

Com o tempo pode-se agregar valores novos ou excluir algum que não identifique mais o DNA da organização, mas como muitas vezes estão arraigados na cultura do ambiente, é necessário entender que este movimento normalmente é lento e orgânico, para que não se promova uma mudança não natural na empresa ou até mesmo revoltas.

Algo interessante de se citar, é que os valores guiam o RH no momento de aquisição de talentos, pois os recrutadores conseguem identificar o fit cultural e valores comuns entre os candidatos e a empresa. Dessa forma a integração é mais fácil e rápida.

Como definir os valores?

Os valores são definidos com base na missão, eles mostram o que é mais importante para a empresa e o modo como funcionam os processos internos. Busque valores que colaboram para um ambiente de crescimento e que, ao se confrontar com o mundo externo, possa refletir com a máxima nitidez quem a empresa é e como ela trata a todos.

Por serem vitais para o alinhamento interno e ao externo, os valores servem de parâmetro desde os processos seletivos até as definições que envolvem questões rotineiras ou éticas.

É de vital importância para a reputação e consequente sucesso do empreendimento que líderes, colaboradores, parceiros e fornecedores estejam alinhados e comunguem dos valores da organização. No médio e longo prazo este alinhamento leva segurança aos clientes e ajuda a estabelecer a relação de confiança necessária em todos os negócios.

### 3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

- **Missão:** Nossa missão é fornecer opções deliciosas e saudáveis de fast food, promovendo uma alimentação equilibrada e consciente. Comer sem culpa.
- **Visão:** Nossa visão é ser reconhecidos como referência em fast food saudável, tornando-se uma escolha preferencial para aqueles que buscam uma alternativa nutritiva e saborosa.
- **Valores:** Saúde e bem-estar: Valorizamos a saúde e o bem-estar dos nossos clientes. Nosso compromisso é oferecer opções alimentares que contribuam para uma dieta equilibrada, priorizando ingredientes frescos, naturais e livres de aditivos prejudiciais.

## **3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

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

Como um caçador de mim, minha missão é encontrar as melhores versões de mim mesmo e aplicar essa busca incansável ao meu negócio.

Sou apaixonado pela alimentação saudável e estou comprometido em oferecer opções saborosas, equilibradas e de qualidade aos meus clientes. Entendo que algumas pessoas buscam conveniência em suas refeições, mas não querem comprometer sua saúde no processo. Meu objetivo é tornar o fast food uma opção saudável e acessível para todos.

Estou constantemente em busca de inovação. Pesquiso tendências e desenvolver novas receitas e técnicas para tornar meus pratos ainda mais saudáveis e saborosos. Estou sempre atento às demandas do mercado e às necessidades de meus clientes, adaptando o cardápio para atender a diferentes preferências alimentares.

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

Quando um empreendedor não tem certeza para onde está indo, qualquer caminho pode ser percorrido. No contexto de um empreendedor de fast food saudável, isso significa que existem várias opções e possibilidades a explorar.

Para começar, é importante definir uma visão clara do que significa fast food saudável para o empreendedor. Isso envolve identificar os valores e princípios que serão a base do negócio. Pode-se considerar ingredientes frescos, opções vegetariananas ou veganas, redução de gordura e açúcar, métodos de cozimento saudáveis e outros aspectos que promovam uma alimentação equilibrada.

Uma vez que a visão esteja estabelecida, o empreendedor pode explorar diferentes caminhos para alcançá-la. Alguns possíveis caminhos incluem:

**Pesquisa de mercado:** Realizar pesquisas para entender as preferências dos consumidores locais em relação à comida saudável e identificar oportunidades de negócio. Isso pode envolver a realização de pesquisas, entrevistas e análise de concorrência.

**Desenvolvimento de cardápio:** Criar um cardápio diversificado e atraente, com opções saudáveis que atendam às necessidades e preferências dos clientes. Isso pode envolver a colaboração com nutricionistas e chefs especializados em comida saudável.

**Parcerias com fornecedores:** Estabelecer parcerias com produtores locais de alimentos orgânicos, agricultores ou fornecedores de ingredientes frescos. Isso permite garantir a qualidade dos ingredientes utilizados e criar uma proposta de valor diferenciada.

**Experiência do cliente:** Focar em oferecer uma experiência agradável e diferenciada para os clientes. Isso pode envolver desde a decoração do estabelecimento até o treinamento da equipe de atendimento, buscando sempre superar as expectativas dos clientes e criar fidelização.

Lembrando que cada caminho escolhido requer planejamento, pesquisa e adaptação contínua às demandas do mercado e dos consumidores. Ao seguir uma abordagem estratégica e focada na oferta de fast food saudável, o empreendedor tem a oportunidade de criar um negócio bem-sucedido e contribuir para a promoção de hábitos alimentares mais saudáveis na sociedade.

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

*"A genialidade é 1% inspiração e 99% transpiração".*

O que podemos interpretar a partir desta frase do inventor Thomas Edison é que fracassar na tentativa é normal e que o esforço é a chave para conseguir atingir nossas metas. Trata-se de uma motivação interior, uma chama que devemos acender e fazer com que nos guie. Tenho certeza de que é possível, mas para isso, adotar algumas características é muito importante.

**Amor:**

Pode parecer estranho mas a primeira característica que na minha opinião devemos adotar é o amor: Quando empregamos amor em nossas ações e metas elas ganham um ar diferente. Observe se não é verdade? Qualquer coisa que você faz com amor sai muito melhor. A ideia aqui é pôr amor em cada coisa, não somente fazer por fazer, e sim com carinho, afinal de contas o tempo que gastamos fazendo de qualquer jeito ou com dedicação é o mesmo. Esse amor pode ser entendido também como capricho, carinho, atenção, dedicação, trata-se da transpiração que o Thomas Edison disse.

**Planejamento:**

Não basta fazer as coisas com amor se você não tiver um planejamento adequado do que quer fazer, por isso acredito ser necessário se demorar um pouco neste planejamento. É preciso averiguar sua disponibilidade de tempo, prioridades etc. Um grande erro que muita gente comete é querer fazer várias coisas ao mesmo tempo, e acabam não fazendo nada por não terem energia física e psicológica para isso. Por exemplo, se o seu plano é voltar a estudar e essa é a prioridade entre seus objetivos, busque planejar em que local estudará, que curso fará, quanto tempo terá que dedicar de estudo além das aulas para poder ter claro seu objetivo.

**Ação e nada de procrastinação:**

É um problema gravíssimo que nos impede de agir, deixamos as coisas sempre para a última hora e preferimos fazer coisas que nos agradam em vez de estarmos trabalhando para atingir nossos sonhos. É bom deixar claro que devemos também ter nossos momentos de prazer, mas não só isso, precisamos, como disse no tópico anterior, ter um planejamento. Quem procrastina muito, passa a vida toda fazendo somente aquilo que quer, contudo, depois se queixa de não conseguir nada e de que a vida não é justa com ele. Meu conselho é que devemos agir, lutar e seguir, não parar, não procrastinar.

**Comemorar a vitória:**



Cada passo dos seus objetivos que você der e que tiver resultado positivo deve ser comemorado. Essa comemoração pode ser apenas uma conversa que você tem consigo mesmo onde reconhece o que foi positivo. O mesmo deve acontecer quando um passo for dado em falso, nesta análise deverá ser verificado o por quê. Quando a conquista for grande, por exemplo, ao fechar de um semestre no curso com notas boas, vale a pena sair com os amigos, ou se dar algo que você goste. A ideia não é só lutar, mas também fazer um agrado de vez em quando.

### **Boa energia com a vida e sabedoria:**

Tente manter um sorriso no rosto e atrair a melhor energia para o seu caminhar. Esta é uma chave poderosa que abre os caminhos. Antes de se lamentar, levante a cabeça com sabedoria e siga seu caminho sem esmorecer. Se instrua muito, leia, veja, observe, cultive o conhecimento e o bom humor. Este último conselho é crucial na conquista dos nossos sonhos.

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

Essa frase de Edward Deming, nunca esteve tão presente no varejo digital. No momento em que o mercado está em uma busca quase que desenfreada por rentabilidade, atuando em ações de mídia e marketing, investindo fortunas em plataformas e sistemas, acabam se esquecendo de olhar para dentro de casa. Não estou dizendo que marketing e a tecnologia não são cruciais para o sucesso de uma empresa no varejo digital, porém acredito no termo que utilizamos no nosso dia a dia e em nosso direcionamento de trabalho.

### **A rentabilidade de dentro para fora!**

Medir faz toda a diferença. Medir permite identificar e analisar o desempenho dos processos, bem como as causas que levam a esse desempenho. Permite também, a execução da estratégia, a melhoria contínua e a previsibilidade. Pontos que colocam sua empresa na frente da concorrência. Mas como definir as metas a serem medidas?

Um erro comum é confundir objetivos com metas. Objetivos são os fins, os resultados que uma organização deseja alcançar, devendo alocar recursos para que aconteçam. Já as metas, são objetivos quantificados em termos de prazo, possibilitando o alinhamento dos esforços e dos recursos na organização. Os objetivos fornecem uma direção, enquanto as metas são objetivos quantificados.

Para criar uma meta é preciso que três elementos estejam sendo discutidos:

$$\text{Meta} = \text{Objetivo} + \text{Valor} + \text{Prazo}$$

Objetivo a ser almejado, medido através do indicador + Número desejado de desempenho do indicador + Tempo no qual se espera o alcance do valor.

Exemplificando: Meta = Alcançar uma taxa de recompra de 50% até agosto de 2023

Defina seus indicadores de modo que reflitam seus objetivos estratégicos e a partir dos objetivos estratégicos, desdobre-os até o nível operacional. Não meça somente sistemas organizacionais sem associar às estratégias globais, ou então para cortar custos ao invés de melhorar desempenho e nem com objetivo de avaliar indivíduos.

Métricas não são apenas para gestão de mídia! São imprescindíveis para qualquer empresa, não importa o tamanho. Servem para avaliar se a empresa está indo bem e quais aspectos podem ser melhorados. Propicia decisões rápidas e muito bem direcionadas.

Um dos maiores inimigos da manutenção da gestão por indicadores é a preguiça e falta de ação em cima das informações obtidas nos relatórios, por isso implantar uma sistemática de gestão que permita acompanhar, estruturar rituais de acompanhamento dos resultados. Crie planos de ação, acompanhe o resultado, verifique e trabalhe nos ajustes ou na manutenção do resultado.

### 3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

**Você não sabe como conseguir o emprego dos seus sonhos?**  
Descubra essa técnica usada por grandes empresários desde 1960 para qualquer objetivo!

João, um garoto de 16 anos, tem o sonho de se tornar um programador de jogos. Ele está animado com a ideia, mas enfrenta incertezas sobre como alcançar seu objetivo. João decide usar a matriz SWOT para trazer clareza aos seus objetivos pessoais.

**Forças:**  
João é um jovem talentoso em matemática e lógica. Ele tem habilidades de resolução de problemas e um forte interesse por jogos. Além disso, ele tem acesso a um computador e recursos online para aprender programação.

**Fraquezas:**  
João tem conhecimento limitado em programação e não possui experiência prática na criação de jogos. Ele também pode ter dificuldades em administrar seu tempo e se manter motivado ao longo do processo de aprendizado.

**Oportunidades:**  
Há uma demanda crescente por desenvolvedores de jogos e uma indústria em constante evolução. João pode aproveitar recursos online, como tutoriais, cursos e comunidades de programadores, para aprender e aprimorar suas habilidades.

**Ameaças:**  
A concorrência no mercado de desenvolvimento de jogos é acirrada, e é importante para João se destacar e criar algo único. Ele também pode enfrentar obstáculos emocionais e desafios financeiros ao longo de sua jornada.

**Aproveitar suas forças:** João pode se concentrar em aprimorar suas habilidades de programação, especialmente nas linguagens usadas no desenvolvimento de jogos, como C# ou Python. Ele pode também explorar projetos de programação relacionados a jogos para ganhar experiência prática.

**Superar fraquezas:** João pode se comprometer a dedicar tempo diário para estudar programação e desenvolvimento de jogos. Ele pode criar um cronograma de estudos e definir metas alcançáveis para se manter motivado. Além disso, ele pode procurar mentores ou participar de grupos de estudo para obter apoio e orientação.

**Aproveitar oportunidades:** João pode participar de comunidades online de desenvolvedores de jogos, como fóruns e redes sociais, para compartilhar conhecimento, obter feedback e construir relacionamentos. Ele pode aproveitar cursos online e tutoriais para expandir seu conhecimento e aprender novas técnicas e ferramentas.

**Diminuir ameaças:** João deve acompanhar as tendências da indústria de jogos e explorar oportunidades de diferenciação. Ele pode estudar jogos populares, analisar o mercado e identificar lacunas para criar algo inovador. Além disso, ele pode buscar formas de lidar com desafios emocionais e financeiros, como construir uma rede de apoio e pesquisar opções de financiamento para projetos futuros.

A matriz SWOT ajuda João a ter clareza sobre suas habilidades, desafios e oportunidades na busca por seu objetivo de se tornar um programador de jogos. Isso permite que ele estabeleça metas específicas, identifique as áreas que precisa desenvolver e tome medidas concretas para alcançar seu sonho.

*Matriz SWOT*

Nesse banner chamamos a atenção dos espectadores no título: “Você não sabe como conseguir o emprego dos seus sonhos?” e depois discorremos sobre João, um menino de 16 anos que usa a matriz SWOT para conseguir atingir seu sonho, ser programador de jogos.

O objetivo é o leitor compreender como João realizou a sua matriz e realizar a sua. Tentamos deixar o mais claro possível os processos, apesar do curto espaço de tela. Escolhemos o clima do banner como algo mais de viagem, para retratar que se a pessoa atingir o emprego dos sonhos dela, ela vai conseguir atingir esse objetivo também.

Todos do grupo se ajudaram a criar o personagem João e escolher as melhores palavras para descrever sua história. Fizemos por whatsapp esse bate papo e conseguimos criar esse banner da melhor forma possível.

## 4. CONCLUSÃO

Conclui-se que o desenvolvimento e criação de um novo projeto, exige planejamento e estratégia empresarial, pois com isso é realizado os processos, a fim de alcançar as metas e objetivos para concluir o plano inicial. Por mais novo que um negócio seja, dificilmente não existe um concorrente com ideias parecidas ou, até mesmo, melhores. A verdade é que o mercado, nas mais diferentes áreas, é bastante competitivo, e o que faz com que uma organização se destaque são os seus diferenciais.

Com isso, a elaboração de um novo empreendimento, permitiu que nós colocássemos todas as ideias e sugestões em relação ao mercado alimentício saudável de Fast Food, explorando a nossa criatividade e conhecimento a respeito do assunto. Dessa forma, desenvolvemos o projeto de criação da Prot´Burquer, pois acreditamos que atenderia as necessidades de todas as pessoas que buscam por uma alimentação equilibrada ou que têm alguma restrição alimentar, à comerem sem se preocupar com os ingredientes ou derivados que compõem o alimento que irão consumir. Os clientes, parceiros, colaboradores e fornecedores de qualidade dão cada vez mais preferência a negócios inovadores e criativos. Isso porque essas competências proporcionam mais confiança nos serviços ou produtos, além de mostrarem que a companhia é capaz de ter ideias para se sustentar e manter-se competitiva no mercado.

Além disso, o novo empreendimento precisa ter um propósito e identidade, com o desenvolvimento e criação da missão, visão e valores, pois são ferramentas estratégicas que servirão como guia para direcionar as ações e tomadas de decisões da empresa e a criação de uma cultura organizacional coerente. O empreendedor e colaboradores precisam estar alinhados com o propósito para alcançarem todos esses objetivos e metas, a fim de direcionar a organização para o caminho mais vantajoso ao seu desenvolvimento.

## 5. REFERÊNCIAS

**Dra. Patricia Leite.** Subway é saudável? Qual a melhor opção de sanduíche?

<<https://www.mundoboaforma.com.br/subway-e-saudavel>>

Pesquisa realizada dia 2 de Junho de 2023

**Isabela Elias.** A preocupação dos brasileiros com a alimentação está acima da média global. Publicado em 2023.

<<https://isabelaeliascoloprocto.com.br/preocupacao-dos-brasileiros-com-a-alimentacao-esta-acima-da-media-global/#:~:text=Um%20estudo%20da%20GFK%2C%20empresa,esse%20n%C3%BAmero%20%C3%A9%20de%2073%25.>>

Pesquisa realizada dia 20 de Maio de 2023.

**Canal Tech.** Ifood. Data da Publicação não Identificada.

<<https://canaltech.com.br/empresa/ifood/#:~:text=Segundo%20dados%20da%20empresa%20de,de%20pedidos%20entregues%20todo%20m%C3%AAs.>>

Pesquisa realizada dia 21 de Maio de 2023.

**Lucas Clemente.** Planejamento Estratégico: Como acompanhar e implementar mudanças? Publicado em Janeiro de 2017.

<<https://blog.inepadconsulting.com.br/planejamento-estrategico-como-acompanhar-e-implementar-mudancas/#:~:text=O%20acompanhamento%20do%20planejamento%20estrat%C3%A9gico,acordo%20com%20os%20par%C3%A2metros%20definidos.>>

Pesquisa realizada em 05 de Junho de 2023.

**30 Maneiras de se tornar um empreendedor de sucesso.** Data da Publicação não identificada.

<<https://neilpatel.com/br/blog/empreendedor-de-sucesso/#:~:text=Um%20empreendedor%20de%20sucesso%20%C3%A9,a%20equipe%20para%20alcan%C3%A7ar%20resultados.>>

Pesquisa realizada em 05 de Junho de 2023.

**Stêvão Limana** Saiba quanto custa abrir uma hamburgueria. Data da Publicação não identificada.

<<https://saipos.com/hamburgueria/quanto-custa-abrir-uma-hamburgueria>>

Pesquisa realizada em 08 de Junho de 2023.

**Hambúrguer de Sucesso** Com 1kg de carne faz quantos hambúrguer? Data da Publicação não identificada.

<<https://hamburguerdesucesso.com.br/com-1kg-de-carne-faz-quantos-hamburguer/>>

Pesquisa realizada em 09 de Junho de 2023.

**PagBank** Taxa de entrega de delivery: veja como cobrar o valor ideal para o envio de pedidos. Publicado em 01 de Outubro de 2021

<<https://blog.pagseguro.uol.com.br/taxa-de-entrega-de-delivery-veja-como-cobrar-o-valor-ideal-para-o-envio-de-pedidos/>>

Pesquisa realizada em 08 de Junho de 2023.

**CNAE** CNAE: 5620-1/04 Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar - Data da Publicação não identificada.

<[https://www.contabilizei.com.br/consulta-cnae/alimentacao/5620104-fornecimento-de-alimentos-preparados-preponderantemente-para-consumo-domiciliar/?utm\\_device=c&utm\\_term=&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=%5BMAX%5D\\_Performance\\_RNTB&hsa\\_cam=14221204933&hsa\\_grp=&hsa\\_mt=&hsa\\_src=x&hsa\\_ad=&hsa\\_acc=1466761651&hsa\\_net=adwords&hsa\\_kw=&hsa\\_tgt=&hsa\\_ver=3&gclid=CjwKCAjwm4ukBhAuEiwA0zQxk27vjqIVMG-8eh\\_4Lzgt90ijYww0S\\_zdh0n6YC9F3NvvElgVFabrhoCWasQAvD\\_BwE](https://www.contabilizei.com.br/consulta-cnae/alimentacao/5620104-fornecimento-de-alimentos-preparados-preponderantemente-para-consumo-domiciliar/?utm_device=c&utm_term=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=%5BMAX%5D_Performance_RNTB&hsa_cam=14221204933&hsa_grp=&hsa_mt=&hsa_src=x&hsa_ad=&hsa_acc=1466761651&hsa_net=adwords&hsa_kw=&hsa_tgt=&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwm4ukBhAuEiwA0zQxk27vjqIVMG-8eh_4Lzgt90ijYww0S_zdh0n6YC9F3NvvElgVFabrhoCWasQAvD_BwE)>

Pesquisa realizada em 09 de Junho de 2023.

**Santander** Pronampe 2023: Saiba as regras e como solicitar o crédito - Data da Publicação não identificada.

<<https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/gestao-financeira/pronampe-2022-tudo-regras-como-solicitar/#:~:text=Qual%20a%20taxa%20de%20juros,19%2C75%25%20ao%20ano.>>

Pesquisa realizada em 09 de Junho de 2023.

## 6. ANEXOS



PÁGINA FINAL :

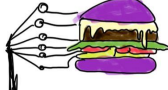


TABELA NUTRICIONAL :

130 GRAMAS ao TODO

30 GRAMAS de PROTEÍNA

20 GRAMAS de CARBOIDRATO

60 GRAMAS de Folhas e legumes

1 GRAMA de sal


7 GRAMAS de WHEY PROTEIN

2 GRAMAS de AZEITE

FINALIZAR PEDIDO

AO clicar NOS INGREDIENTES DO DESENHO, VOCÊ PODE VER DO QUE É FEITO CADA COISA.





"PÃO" base BRANCA

INGREDIENTES:

- 5 GRAMAS de X
- 10 GRAMAS de Y
- 3 GRAMAS de Z

17 GRAMAS ▼

22 GRAMAS

29 GRAMAS



"PÃO" base COMUM

INGREDIENTES:

- 4 GRAMAS de X
- 7 GRAMAS de Y
- 11 GRAMAS de Z

13 GRAMAS ▼



"PÃO" base INHAME

INGREDIENTES:

- 3 GRAMAS de X
- 5 GRAMAS de Y
- 2 GRAMAS de Z

10 GRAMAS ▼

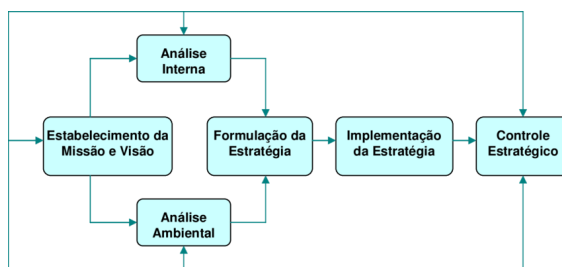


"PÃO" base BETERRABA

INGREDIENTES:

- 4 GRAMAS de X
- 5 GRAMAS de Y
- 1 GRAMAS de Z

10 GRAMAS ▼



<[https://www.researchgate.net/figure/O-Processo-de-Administracao-Estrategica-Batema-n-1998\\_fig1\\_322084497](https://www.researchgate.net/figure/O-Processo-de-Administracao-Estrategica-Batema-n-1998_fig1_322084497)>

<<https://www.maxieduca.com.br/blog/administracao/4-ps-marketing/>>

Custo de Produção	
Maquinário	10.000,00

Custo Fixos	
Motoboy:	1.173,75
Cozinheiro	1.000,00
Básico (gás, água, luz):	220,00
Marketing:	300,00

Emprestimo	
Banco	Taxa de Juros ao ano
CREDITAS	17,66%
Valor a Pagar cada mês, por 1 ano	147,17

Impostos	
MEI	4%

Sobre o Hamburguer	
Ingredientes para 1 hambúrguer	18,70
Lanche vendido por:	50,00
Lucro por Lanche:	31,30

Valor dos Ingredientes por Hamburguer (1 Unidade)	Gramas
Pão Integral Organico	1,50 34
Molho	0,70 12
Salada	0,30 8
Legume	0,50 10
Carne	15,20 40
Cebola	0,50 10
<b>Soma</b>	<b>18,70 114</b>

Mês	Débito Inicial	Custo Fixos	Lucro	Unidades Vendidas	Emprestimo	Imposto	Lucro do Mês
Janeiro	10.000,00	2.693,75	4.695,00	150	147,17	187,80	1.666,28
Fevereiro	9.852,83	2.693,75	5.947,00	190	147,17	237,88	2.868,20
Março	9.705,67	2.693,75	3.756,00	120	147,17	150,24	764,84
Abril	9.558,50	2.693,75	4.069,00	130	147,17	162,76	1.065,32
Maiο	9.411,33	2.693,75	6.260,00	200	147,17	250,40	3.168,68
Junho	9.264,17	2.693,75	4.256,80	136	147,17	170,27	1.245,61
Julho	9.117,00	2.693,75	4.225,50	135	147,17	169,02	1.215,56
Agosto	8.969,83	2.693,75	5.414,90	173	147,17	216,60	2.357,39
Setembro	8.822,67	2.693,75	3.849,90	123	147,17	154,00	854,99
Outubro	8.675,50	2.693,75	3.474,30	111	147,17	138,97	494,41
Novembro	8.528,33	2.693,75	5.321,00	170	147,17	212,84	2.267,24
Dezembro	8.381,17	2.693,75	6.886,00	220	147,17	275,44	3.769,64

Anos para Quitar a Dívida	Dívida	Gasto com Custos Fixos	Lucro Total	Lanches Vendidos no Ano	Pago da Dívida	Pago em Impostos	Lucro Real Do Ano
4,75	8.381,17	32.325,00	58.155,40	1.858	1.766,00	2.326,22	21.738,18



## 7. 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

<b>1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado Brainstorming Empresarial Prot'Burger
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> 2
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Luiz Fernando Pancine e Danilo Doval
<b>ESTUDANTE:</b> GABRIEL CARVALHO SALOMÉ
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 10/05/2023 - 10/06/2023

<b>2. DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Foi proposto que criássemos uma empresa com base no que aprendemos neste módulo de gestão empreendedora e administração estratégica. Criamos uma empresa de hambúrgueres fitness, com o propósito de as pessoas comerem sem culpa. A dona da empresa é a Sofia, uma mulher forte e independente, que irá criar a empresa online com um empréstimo da Creditas.

Desafio: O maior desafio para mim foi compreender as taxas de crédito e como funcionam, além tentar reduzir os custos do empreendimento, mas mesmo assim deixar ele inovador.

Cronograma das Ações: Dividimos o que cada um iria fazer e quanto tempo teríamos. Sempre tentamos finalizar 10 dias antes da data de entrega. Dividimos em: Definir Informações da criação da empresa ( Dia 10/05 até dia 15/05); Pesquisas e elaboração do trabalho ( 15/05 até dia 26/05 ); Pesquisa e elaboração do banner ( 27 até dia 08/06 ); Entrega até dia 14/06.

Síntese das Ações: Tentamos marcar algumas reuniões, mas como uma boa parte do grupo trabalha, definimos tudo por whatsapp e quando estamos pesquisando nossas partes, perguntamos um para os outros e trocamos ideias. Isso permite que cada um trabalhe no horário que é melhor para si mesmo e contribua para o grupo também.

a. Amei ver como é a criação de uma empresa e como envolve mais do que simplesmente abrir um CNPJ e começar a vender produtos que você comprou ou fez. Gostei também de ver como tudo que aprendemos se relaciona e como o trabalho em equipe sempre sai melhor o projeto.

b. A minha maior dificuldade foi compreender como funcionava as linhas de crédito e empréstimos no geral. Além de me organizar com relação ao tempo.

c. Construímos uma empresa muito legal, que se alguém quisesse poderia tocar para frente. Vimos como as habilidades pessoais do empreendedor também interferem na hora de criar sua empresa.

d. Acredito que interliga mais as matérias já aprendidas. Acrescentei na minha parte sobre fontes de capital um pouco sobre o que aprendemos no primeiro módulo, sobre impostos, isso parece que abre sua mente para um quadro maior e ver que as coisas não são tão fáceis quanto parecem.

### 3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100178	NOME: Gabriel Carvalho Salomé
RA: 1012023100394	NOME: Michelle Carolina dos Reis
RA: 1012023100188	NOME: João Henrique de Oliveira Ferrare
RA: 1012023100297	NOME: Thainara Nicole Flausino
RA	NOME

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado Brainstorming Empresarial Prot'Burger
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> 2
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Luiz Fernando Pancine e Danilo Doval
<b>ESTUDANTE:</b> Michelle Carolina dos Reis
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 10/05/2023 -10/06/2023

5. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Foi proposto que criássemos uma empresa com base no que aprendemos neste módulo de gestão empreendedora e administração estratégica. Criamos uma empresa de hambúrgueres fitness, com o propósito de as pessoas comerem sem culpa. A dona da empresa é a Sofia, uma mulher forte e independente, que irá criar a empresa online com um empréstimo da Credits.</p>
<p>Desafio: Meu maior desafio, foi compreender as taxas, e pares burocráticas.</p>
<p>Cronograma das Ações: Dividimos o que cada um iria fazer e quanto tempo teríamos. Sempre tentamos finalizar 10 dias antes da data de entrega. Dividimos em: Definir Informações da criação da empresa ( Dia 10/05 até dia 15/05); Pesquisas e elaboração do trabalho ( 15/05 até dia 26/05 ); Pesquisa e elaboração do banner ( 27 até dia 08/06 ); Entrega até dia 14/06.</p>
<p>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.</p>
<p>e. Aspectos positivos: Trabalhar em equipe, trocar ideias e experiências. Definir desde o começo do projeto, ver ele criando forma e ser finalizado.</p>
<p>f. Dificuldades encontradas: Encaixar o tempo, entender as taxas de empréstimos e partes burocráticas.</p>

g. Resultados atingidos: Construimos uma empresa muito sólida , que se alguém quisesse poderia tocar para frente sem problemas.

h. Sugestões / Outras observações

#### 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100178	NOME: Gabriel Carvalho Salomé
RA: 1012023100394	NOME: Michelle Carolina dos Reis
RA: 1012023100188	NOME: João Henrique de Oliveira Ferrare
RA: 1012023100297	NOME: Thainara Nicole Flausino
RA	NOME

### RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

#### 7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO BRAINSTORMING EMPRESARIAL PROT'BURGUER**

**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**

**MÓDULO: 2**

**PROFESSOR RESPONSÁVEL: LUIZ FERNANDO PANCINE E DANILO DORIVAL**

**ESTUDANTE: THAINARA NICOLE FLAUSINO**

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 10 DE MAIO A 10 JUNHO**

#### 8. DESENVOLVIMENTO

**Contextualização:** A proposta era a elaboração e desenvolvimento de um projeto com a criação de um novo empreendimento relacionado à estratégia empresarial. Nós criamos um brainstorming de uma empresa de Fast Food Saudável, Prot'Burguer, inspirada na rede de sanduíches Subway, mas com o objetivo de atender e vender para pessoas que consomem alimentos saudáveis.

**Desafio:** O maior desafio foi elaborar o projeto dentro do prazo, pois cada um tem um horário e rotina diferente, dessa forma às vezes acaba ficando corrido para realizar a elaboração do PI.

**Cronograma das Ações:** Dividimos o que cada um iria fazer e quanto tempo teríamos. Sempre tentamos finalizar 10 dias antes da data de entrega. Dividimos em: Definir Informações da criação da empresa ( Dia 10/05 até dia 15/05); Pesquisas e elaboração do trabalho ( 15/05 até dia 26/05 ); Pesquisa e elaboração do banner ( 27 até dia 08/06 ); Entrega até dia 14/06.

**Síntese das Ações:** Tentamos marcar algumas reuniões, mas como nossos horários não batiam, definimos tudo por whatsapp enquanto estávamos pesquisando nossas partes, trocamos ideias. Isso permite que cada um trabalhe no horário que é melhor para si mesmo e contribua para o grupo também.

#### **i. Aspectos**

Com o desenvolvimento e criação de um novo empreendimento para a elaboração do PI, apresentei todas as ideias e sugestões explorando a minha criatividade e visão a respeito do mercado de Fast Food. Como também aprendi como funciona a elaboração da estratégica empresarial e a criação de uma empresa, com base nos conteúdos apresentados nesse módulo e com pesquisas relacionadas ao assunto. Como também, a importância da elaboração do trabalho em equipe.

#### **j. Dificuldades encontradas**

A minha maior dificuldade foi elaborar e desenvolver as ideias da estratégica empresarial da empresa, pois ela se constitui em várias etapas para a sua elaboração e conclusão. Realizei pesquisas para entender a importância e quais são os tipos de estratégia empresarial, pois até então eu não tinha muito conhecimento e noção de como funcionava na prática.

#### **k. Resultados atingidos:**

Com a junção de todo o conteúdo, propostas e elaboração do PI, conseguimos realizar um projeto muito bem elaborado, criativo e com ideias inovadoras. Seria ótimo se esse projeto fosse desenvolvido no mercado, pois o ramo de Fast Food Saudável seria um diferencial e atenderia todos os consumidores que buscam por um alimentação equilibrada e saudável, sendo assim, um grande concorrente para as redes de fast food no mercado.

#### **l. Sugestões / Outras observações**

### **9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA: 1012023100178

NOME: Gabriel Carvalho Salomé

RA: 1012023100394

NOME: Michelle Carolina dos Reis

RA: 1012023100188	NOME: João Henrique de Oliveira Ferrare
RA: 1012023100297	NOME: Thainara Nicole Flausino
RA	NOME

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO: PROJETO INTEGRADO BRAINSTORMING EMPRESARIAL PROT'BURGUER</b>
<b>CURSO: ADMINISTRAÇÃO</b>
<b>MÓDULO: 2</b>
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL: LUIZ FERNANDO PANCINE E DANILO DORIVAL</b>
<b>ESTUDANTE: JOÃO HENRIQUE DE OLIVEIRA FERRARE</b>
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 10 DE MAIO A 10 JUNHO</b>

<b>11. DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Foi proposto que criássemos uma empresa com base no que aprendemos neste módulo de gestão empreendedora e administração estratégica. Criamos uma empresa de hambúrgueres fitness, com o propósito de as pessoas comerem sem culpa. A dona da empresa é a Sofia, uma mulher forte e independente, que irá criar a empresa online com um empréstimo da Credits.
Desafio: Meu maior desafio foi compreender como funciona o capital de uma empresa.
<b>Cronograma das Ações:</b> Dividimos o que cada um iria fazer e quanto tempo teríamos. Sempre tentamos finalizar 10 dias antes da data de entrega. Dividimos em: Definir Informações da criação da empresa ( Dia 10/05 até dia 15/05); Pesquisas e elaboração do trabalho ( 15/05 até dia 26/05 ); Pesquisa e elaboração do banner ( 27 até dia 08/06 ); Entrega até dia 14/06.
<b>Síntese das Ações:</b> Tentamos marcar algumas reuniões, mas como nossos horários não batiam, definimos tudo por whatsapp enquanto estávamos pesquisando nossas partes, trocamos ideias. Isso permite que cada um trabalhe no horário que é melhor para si mesmo e contribua para o grupo também.
m. Aspectos positivos: Foi muito interativo esse projeto, a equipe se comunicou bastante no período de realização. Entender como funciona a criação de uma empresa foi muito divertido também.

n. Dificuldades encontradas: Minha maior dificuldade foi entender a parte do capital da empresa, como ele funciona, como administrar e ter uma boa estratégia com ele.

o. Resultados atingidos: Com a junção de todo o conteúdo, propostas e elaboração do PI, conseguimos realizar um projeto muito bem elaborado, criativo e com ideias inovadoras. Seria ótimo se esse projeto fosse desenvolvido no mercado, pois o ramo de Fast Food Saudável seria um diferencial e atenderia todos os consumidores que buscam por uma alimentação equilibrada e saudável, sendo assim, um grande concorrente para as redes de fast food no mercado.

p. Sugestões / Outras observações

## 12. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100178	NOME: Gabriel Carvalho Salomé
RA: 1012023100394	NOME: Michelle Carolina dos Reis
RA: 1012023100188	NOME: João Henrique de Oliveira Ferrare
RA: 1012023100297	NOME: Thainara Nicole Flausino
RA	NOME

**RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO**

<b>13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b>
<b>CURSO:</b>
<b>MÓDULO:</b>
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b>
<b>ESTUDANTE:</b>
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b>

<b>14.DESENVOLVIMENTO</b>
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: 1012023100178	NOME: Gabriel Carvalho Salomé
RA: 1012023100394	NOME: Michelle Carolina dos Reis
RA: 1012023100188	NOME: João Henrique de Oliveira Ferrare
RA: 1012023100297	NOME: Thainara Nicole Flausino
RA	NOME