



UNIFEOb

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**<ADMINISTRAÇÃO / CIÊNCIAS CONTÁBEIS / GESTÃO  
DE RECURSOS HUMANOS / MARKETING>**

**PROJETO INTEGRADO**

**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**

**<Troca Tênis>**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<ADMINISTRAÇÃO / CIÊNCIAS CONTÁBEIS / GESTÃO  
DE RECURSOS HUMANOS / MARKETING>

## **PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<Troca Tênis>

### MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

#### Estudantes:

Bruno de Souza Correia, RA 1012023100587

Célio Cândido da Silva Neto, RA 1012022200345

João Gabriel Barbosa, RA 1012022100447

Nakaiane Pereira Amado, RA 1012022201546

Rosane Lage Cereda, RA 1012022101337

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	11
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	12
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	18
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>22</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>24</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Nesta proposta de um novo empreendimento, nosso objetivo é buscar um mercado diferenciado, oferecer algo que facilite a vida de muitos brasileiros(as) que gostariam de usar um produto bom e de marca, mas que seja acessível nos dias de hoje. Queremos oferecer a oportunidade para todos que desejarem pagar mais barato, terem acesso aos produtos mais desejados do mercado. O foco desse empreendimento, são calçados que foram utilizados por seus antigos donos e hoje estão à venda pelos mesmos, por não servirem mais ou por quererem desapegar do produto.

Nesse negócio, usaremos o mesmo propósito da empresa Trocafone, onde compram os aparelhos seminovos, que passam por uma revisão e depois revendem a um preço mais acessível com garantia. Seguiremos o mesmo conceito de negócio, porém reformando calçados de marcas famosas para clientes que desejam comprá-los. Trabalharemos fortemente para buscar nosso público alvo, até mesmo buscando parcerias e investidores, também utilizaremos como ferramenta o marketing digital para alavancar nosso negócio.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A Troca Tênis é construída em uma base altruísta e filantrópica. O sonho da Troca Tênis é que todos tenham a oportunidade de adquirir um bom tênis a custo-benefício. O trabalho da loja é garimpar e adquirir, através das mais diversas plataformas de vendas, tênis em bom estado e repassá-los ao público por um preço justo.

Os modelos passam por higienização, restauração e curadoria antes de chegar ao cliente, sendo assim o portfólio da loja e o contato se dá pelo nosso site. O cliente recebe atendimento personalizado da nossa equipe digital, incluindo recomendações sobre calçados apropriados ao mesmo, e as formas de pagamento se dão por meio do nosso site com parcelamentos de 12x à 18x sem juros, dependendo do valor do produto. Nosso objetivo dentro desse vasto mercado de calçados é realizar sonhos e levar acessibilidade para aqueles que desejam utilizar algo bom e não pagar caro por isso.

Sabemos também que hoje temos consumidores cada vez mais exigentes, nesse novo negócio, não queremos apenas levar algo mais acessível, queremos que chegue de forma rápida, focaremos também em serviços expressos com entregas mais rápidas de até 2 dias para poder atender com toda eficiência possível. Sendo assim trabalharemos com 3 objetivos principais: acessibilidade, rapidez e facilitação de pagamento.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

#### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

Os conceitos de administradores e empreendedores ainda são usados de forma análoga atualmente. De acordo com Dornelas (2018, p.23), o empreendedor possui atributos extras aos administradores que permitem o surgimento de uma nova empresa com muita prosperidade. Ainda segundo o autor, "todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter o sucesso; no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor." (DORNELAS, 2018, p. 21).

As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais.

O perfil do futuro empreendedor deverá ter habilidades técnicas de: oratória para vender seu produto, saber ouvir e captar informações para aproveitar os feedbacks dos clientes, saber liderar e trabalhar em equipe, ter organização e conhecimento técnico sobre os produtos comercializados.

Além das habilidades técnicas, o perfil do empreendedor para este negócio deve ter conhecimentos gerenciais em marketing, sobretudo estar atento às oportunidades do marketing digital e das vendas por e-commerce, além de ter conhecimento sobre finanças, planejamento estratégico e administração que são fatores que levam muitos negócios ao fracasso por falta de conhecimento dos empreendedores.

Embora não exista um padrão de perfil empreendedor, algumas características pessoais serão importantes para este empreendimento, dentre elas: ter carisma para lidar

com os clientes e fornecedores e fazer networking, ser criativo, inovador, persistente, ter visão de futuro e sobretudo ter paixão pelo negócio e pela motivação de auto realização, assumindo responsabilidades e sendo independente.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Diversas pesquisas mostram que o maior empecilho mencionado pelos empreendedores para começar um novo negócio é a falta de capital inicial. É comum os empreendedores buscarem recursos externos através de financiamentos para iniciar seu projeto ou para acelerar o crescimento de um negócio já existente. Esses financiamentos normalmente acontecem por meio de endividamento, através de empréstimos bancários, onde é necessária uma garantia e uma taxa de juros é cobrada mensalmente ou recursos de familiares e amigos, que embora mais informal e facilitado deve ser tratado com a mesma seriedade especificando os juros, a forma de pagamento e o montante a ser pago. Ou pelo financiamento de capital próprio, onde a empresa obtém recursos de um investidor em troca de participação no negócio (AFFONSO et al., 2018, p. 116).

Para empreendimentos menores e principalmente em fase inicial, o uso de capital próprio é o mais comum e é a forma que será utilizada para implantação do empreendimento proposto nesta análise.

A obtenção de recursos financeiros para iniciar e fazer o negócio crescer segue três estágios. No primeiro, o candidato a empreendedor precisa de recursos para iniciar as atividades e atingir um fluxo de caixa positivo, é nesta etapa que geralmente o capital vem de recursos próprios, sócios e os investidores anjos. (DEGEN, 2009, p. 283).

No segundo estágio, o empreendedor precisa obter recursos para fazer o negócio crescer, isso pode ser feito com os recursos de caixa disponíveis da empresa, empréstimos bancários, investidores ou novos sócios. O terceiro, e último, estágio visa buscar recursos para expandir e diversificar o negócio, através de empréstimos

bancários, geração de caixa ou até mesmo com a abertura do capital da empresa. (DEGEN, 2009, p.283).

O capital social da empresa virá dos recursos próprios e será utilizado para e será utilizado para a compra dos primeiros tênis e regularização da empresa. Quando a empresa começar a ter seus próprios recursos, através dos lucros alcançados, serão investidos dentro do negócio.

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

A Troca Tênis é uma empresa de vendas e compras online e o principal produto são os tênis seminovos. Buscaremos clientes que precisam fazer o uso no dia-a-dia e não tem condições de comprar um novo.

Como os valores de um novo costuma ser alto, buscamos essa proposta, assim facilitando para os clientes que não têm condições de comprar um novo, conseguirem comprar com valores mais acessíveis, com qualidade, original e conservado. Dessa forma, aumentando o ciclo de vida dos calçados e diminuindo os desperdícios.

Os meios de vendas são feitos de modo e-commerce, (vendas online), que funciona como uma loja física, mas só que no ambiente digital. A compra e o contato entre cliente e lojista, ocorre online, basta que o cliente acesse nosso site de vendas, adicione os itens de seu interesse no carrinho, escolha as formas de envio e logo após efetue pagamento, que terá opção de parcelamentos de 12x à 18x sem juros.

O e-commerce tem sido uma das maiores tendências do mercado global nos últimos anos. Com a pandemia, tornou-se um hábito adquirido por muitos consumidores. Essa tendência não mostra sinais de diminuição em breve, muito pelo contrário, as compras pelo e-commerce fazem parte da jornada de compra cada dia mais, tornando-se um ponto diferencial na jornada de compra híbrida, onde o consumidor pode realizar parte na loja física e parte on-line.

Um dos principais desafios do e-commerce em 2023 será a concorrência. Com cada vez mais empreendedores entrando no mercado, torna-se difícil para as empresas de comércio eletrônico destacarem-se e manterem-se competitivas. Da mesma forma



como é importante diferenciar-se nas lojas físicas, no on-line esse ponto precisa ser muito bem trabalhado. A qualidade das imagens, informações detalhadas e a fácil navegabilidade somam pontos na hora de fazer seu consumidor permanecer no seu e site. As empresas precisarão ser inovadoras e oferecer experiências personalizadas e convenientes aos seus clientes.

Desta forma, acreditamos que o Marketing será o ponto chave nesse empreendimento, pois a única forma de alcançarmos com mais precisão nosso público alvo é investir em divulgação, para isso a melhor estratégia será em redes sociais.

## 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A criatividade para elaborá-la fica ainda mais em evidência quando se considera que a estratégia de cada empresa é única. A estratégia adotada por uma empresa provavelmente não funcionará *ipsis litteris* em outra. Isso ocorre porque a melhor maneira de se formular estratégias sempre depende da natureza e das necessidades dos negócios constantes na carteira da empresa, não existindo uma receita específica para todos os tipos de casos.

Todas as estratégias desenvolvidas por uma organização baseiam-se em fatos únicos. O macroambiente, o ambiente operacional, o mercado, os consumidores e os concorrentes sempre são diferentes de alguma forma.

Depois, o próprio ambiente interno varia. Os traços e valores dos fundadores, as peculiaridades da história, os episódios críticos, as estruturas e estratégias passadas, entre outros, sempre acarretam diferenças que se cristalizam no modo de interpretar a realidade e de atuar. Todos esses elementos, únicos para cada empresa, devem ser considerados na hora de se conceber uma nova estratégia. Adotar a estratégia de liderança em custos só será possível quando a empresa possuir uma história, uma relação com o mercado, uma estrutura financeira e operacional condizente com tal estratégia, caso contrário, a empresa poderá cair na própria armadilha. Entender esse processo é algo fundamental para o desenho de uma boa estratégia.

Essa singularidade, porém, não impede a existência de alguns modelos ou tipológicas que podem auxiliar o gestor na definição de uma estratégia. A aplicação da criatividade deve começar pela missão da empresa. O que é missão? A missão responde à pergunta básica que uma organização (e, talvez, uma pessoa) pode se propor: para que existimos? É verdade que se trata de uma pergunta distante das operações do dia a dia da empresa. No entanto, é ela que dá sentido às ações diárias.

Não se pode desprezar a necessidade humana de buscar sentido para a existência. Trata-se de um princípio básico, constitutivo da nossa condição humana.

Sem uma compreensão do porquê, as pessoas podem até fazer as coisas, ou repeti-las mecanicamente, mas não as farão com o coração. Nesse momento é que entra a missão, provendo um sentido mais amplo às atividades diárias e despertando para a importância do cotidiano, oferecendo uma visão do todo e, ao mesmo tempo, possibilitando o entendimento de como sua ação se encaixa no todo da organização.

Por possuir esse caráter inspirador e motivacional, pode ser conveniente expressar a missão de forma criativa, com o uso de uma metáfora que provoque a imaginação das pessoas, que mostre como, de alguma forma, elas contribuem para a construção de algo grande, de um propósito para o qual vale a pena empenhar seu tempo e esforços. São exemplos de missão com essas características:

- Merck (indústria farmacêutica) Preservar e melhorar a vida do ser humano.
- Caterpillar (máquinas e equipamentos) Ser a líder no fornecimento do maior valor em máquinas, equipamentos e serviços de suporte para clientes dedicados à construção da infraestrutura do mundo, seu desenvolvimento e transporte de recursos.
- GE – General Electric (equipamentos) Melhorar a qualidade de vida por meio da tecnologia e da inovação.
- Irmãs da Caridade (Congregação fundada por Madre Tereza de Calcutá)

### 3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Os planos estratégicos impulsionam os esforços da organização para atingir os seus objetivos. Parte-se de uma análise dos ambientes internos e externos, são definidas a missão e as metas de longo prazo e são estabelecidos a estratégia e os planos de ação, terminando com antecedência como elas serão alcançadas.

As declarações estratégicas (missão, visão, princípios), como será visto ao apresentar a metodologia de planejamento estratégico, são as que dão legitimidade à organização perante

stakeholders (investidores, clientes, fornecedores, comunidade, governo, etc.), pois deixam claro qual a finalidade da organização no seu mercado de atuação.

Em resumo, um plano estratégico estabelece a forma como as organizações irão alocar os seus recursos – capital, pessoal, instalação, tecnologia, etc.- para alcançar determinados objetivos resultantes de uma profunda análise das condições internas e externas, que tem relação com o empreendimento

O planejamento é elaborado em três níveis da organização:

- **Estratégico:** Compreende ações normalmente associadas às decisões de maior impacto em uma empresa. Em geral, são tomadas pelo grupo diretivo, o presidente e seus diretores. Como exemplos, a construção de uma nova fábrica, o início das operações em outro estado, uma aliança com um concorrente, vender parte do negócio ou adquirir outra empresa. Caracteriza-se por ter influência no longo prazo e por impactar a organização como um todo. Ações estratégicas são um parâmetro para as ações táticas e operacionais.

- **Tático:** Ocorre tipicamente no nível gerencial, e normalmente consiste em decisões para concretizar as decisões estratégicas. Assim, se comprar uma nova empresa

é uma decisão estratégica, definir a nova estrutura organizacional ou a nova linha de produtos das empresas integradas é uma decisão tática que concretiza a estratégia. Caracteriza-se por um impacto de médio prazo e sua extensão limita-se a um conjunto de áreas ou setores da organização.

**Operacional:** Representa a materialização das decisões estratégicas e táticas no dia a dia da empresa. São decisões cotidianas, de operações, e seu impacto, em teoria, limita-se ao curto prazo. Alguns exemplos: a negociação de preços de um produto de uso cotidiano, a contratação de um novo analista ou a adoção de uma política de descontos numa curta temporada para desovar estoques. Sua extensão afeta uma área ou setor específico

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

No ambiente empresarial, o planejamento estratégico desempenha um papel fundamental na definição dos rumos e no sucesso das organizações. Três elementos essenciais nesse processo são a missão, visão e valores.

A missão representa a razão de ser da empresa, sua identidade fundamental. Ela define o propósito central da organização, seus produtos ou serviços e o público-alvo que busca atender. A missão é um guia que direciona os esforços da empresa, alinhando todos os seus membros em torno de um objetivo comum.

Já a visão é uma projeção do futuro desejado pela empresa. Ela descreve o que a organização aspira se tornar a longo prazo e define a direção estratégica que deve ser seguida. A visão inspiradora e desafiadora mobiliza os colaboradores, estabelece metas ambiciosas e cria uma imagem motivadora do sucesso a ser alcançado.

Os valores representam os princípios éticos e crenças fundamentais da empresa. Eles orientam o comportamento e as decisões internas e externas, moldando a cultura

organizacional. Os valores refletem o que é importante para a empresa, como a integridade, responsabilidade, inovação, entre outros, e ajudam a estabelecer uma identidade corporativa única.

Juntos, a missão, visão e valores formam a base estratégica de uma empresa, fornecendo uma direção clara e uma identidade distintiva. Esses elementos são essenciais para a tomada de decisões estratégicas, o envolvimento dos colaboradores e o estabelecimento de um diferencial competitivo no mercado. Ao serem formulados de forma autêntica e alinhados com a realidade da organização, esses conceitos se tornam uma bússola orientadora para o sucesso empresarial.

Exemplo de missão, visão e valores em empresa real:

Google:

- Missão: “Organizar as informações do mundo e torná-las acessíveis e úteis para todos.”
- Visão: “Criar um futuro mais inteligente, no qual a tecnologia melhore a vida das pessoas.”
- Valores: Foco no usuário, inovação, ética, transparência, responsabilidade.

Apple:

- Missão: “A Apple projeta os melhores produtos do planeta, cria experiências incríveis e lidera o setor de tecnologia com suas inovações.”
- Visão: “Ser uma empresa que revoluciona o mundo por meio da tecnologia.”
- Valores: Inovação, qualidade, simplicidade, design, sustentabilidade.

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

No cotidiano, um calçado de alta qualidade é essencial para o conforto. No entanto, muitas vezes, a qualidade e o custo dos tênis disponíveis no mercado podem se tornar uma barreira para aqueles que são apaixonados por tênis. E assim surgiu nossa empresa comprometida em transformar essa realidade. Assim seguimos três elementos essenciais para isso, que são a nossa missão, visão e valores:

Missão:

"Nossa missão é democratizar o acesso a tênis de qualidade para todos os amantes desse mundo. Buscamos oferecer produtos que combinam desempenho, durabilidade, estilo, e conforto para o dia a dia"

Visão:

"Ser a empresa referência em calçados, reconhecida por sua qualidade e compromisso com a acessibilidade. Queremos garantir que todos tenham acesso a tênis de alto nível, de uma maneira facilitada e acessível"

Valores:

Acessibilidade, qualidade, inclusão, paixão por tênis, responsabilidade social.

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

### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

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

Ariano Suassuna afirmou que "O sonho é o que nos leva para a frente", ressaltando a importância dos sonhos e projetos em nossas vidas. No entanto, para alcançar esses sonhos, é necessário um planejamento claro e a compreensão do caminho a percorrer. Isso implica em nos conhecermos e entendermos nossas capacidades, contexto e perspectivas pessoais. Uma ferramenta útil para realizar uma autoanálise e planejamento estratégico é a Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), também conhecida como SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, em inglês). Essa técnica envolve uma análise interna e externa.

Ao traçar objetivos profissionais, é essencial conhecermos nossas forças como pessoas e profissionais. Essas forças são representadas por nossos conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA) e são as competências que possuímos. Identificar e valorizar essas competências é fundamental para o sucesso em nossa área de atuação.

Além disso, devemos estar atentos às oportunidades que surgem no ambiente externo. Analisar o contexto da carreira e da área de atuação nos permite identificar essas oportunidades e aproveitá-las para impulsionar nosso crescimento profissional. Fazer perguntas relevantes ajuda a identificar essas oportunidades.

Por outro lado, é importante reconhecer nossas fraquezas e limitações. Uma análise interna nos permite ter consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras para o alcance de nossos objetivos profissionais. Visualizar essas fraquezas como oportunidades de melhoria nos ajuda a reduzir seu impacto em nossas vidas.



Por fim, devemos considerar as ameaças que podem surgir no contexto externo. Essas ameaças são situações sobre as quais não temos controle e que podem representar obstáculos para nossos propósitos e objetivos. Observar e questionar o contexto em que estamos inseridos nos ajuda a identificar essas ameaças e desenvolver estratégias para neutralizá-las.

Através da técnica FOFA/SWOT, podemos compreender e utilizar nossas forças para aproveitar as oportunidades e neutralizar as ameaças. Ao mesmo tempo, enxergamos as fraquezas como oportunidades de melhoria. Essa análise é aplicável a diversos projetos e decisões, permitindo uma avaliação completa das ameaças, oportunidades, forças e fraquezas envolvidas em cada situação.

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

Nossos objetivos e sonhos são os guias para nossas escolhas. Podemos usar técnicas como o brainstorming para gerar ideias. É importante ter foco e definir nosso propósito e objetivos. Refinamos as ideias e fizemos escolhas utilizando o funil de ideias. A diferenciação é essencial para nossa vida profissional, baseada em nossos pontos fortes. Estabelecemos metas e indicadores para alcançar nossos projetos. Devemos selecionar as ideias alinhadas ao nosso propósito e estabelecer metas claras para realizar nossos objetivos pessoais e profissionais. O planejamento e as técnicas de geração e refinamento de ideias nos auxiliam nesta jornada.

Ao longo de nossa vida, traçamos diferentes objetivos com base em nosso estilo de vida e no que acreditamos ser nosso propósito. Esses objetivos podem ser qualificados por meio das técnicas e ferramentas apresentadas, que nos ajudam a gerar e refinar ideias.

Ao selecionar as ideias mais viáveis e alinhadas ao nosso propósito, estabelecemos metas claras e alcançáveis. Isso nos permite identificar a direção que devemos seguir para realizar nossos objetivos pessoais e profissionais. No processo de planejamento, é essencial ter em mente a importância da avaliação contínua. À medida em que avançamos em direção aos nossos objetivos, devemos reavaliar nosso progresso, ajustar metas e identificar oportunidades de melhoria.

Essa abordagem estruturada e reflexiva nos ajuda a manter o foco, superar obstáculos e alcançar o sucesso desejado em nossas vidas. Com determinação, perseverança e o uso adequado das técnicas de planejamento, podemos transformar nossos sonhos em realidade. Portanto, ao aplicar essas técnicas e ferramentas em nossa trajetória, somos capazes de impulsionar nosso crescimento pessoal e profissional, alcançando satisfação e realização em todas as áreas de nossa vida.

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

Nos dias de hoje, existem no mercado várias técnicas no ramo de negócios para ajudar na consolidação de planos, como na vida profissional e pessoal. A técnica SMART é uma delas, ela nos ajuda a definir metas claras e acessíveis, orientando nossos objetivos. As metas devem ser específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e temporais. Assim todos os projetos podem ser alcançados utilizando a técnica smart corretamente.

A metodologia PDCA (Plan, Do, Check, Act) é um ciclo de melhoria contínua que envolve planejamento, execução, verificação e ação para aprendizado e aprimoramento. Enquanto a técnica 5W2H (What, Why, Where, Who, When, How, How much) é uma ferramenta de planejamento que organiza ações e responde a perguntas essenciais para o alcance dos objetivos. Essas técnicas e ferramentas nos auxiliam na elaboração de planos de ação eficientes para a execução de nossos projetos e objetivos, garantindo um direcionamento claro e estruturado.

É importante ressaltar que essas ferramentas e técnicas devem ser adaptadas às nossas necessidades e contextos específicos. Cada indivíduo ou organização pode utilizar essas abordagens de maneira flexível, de acordo com seus objetivos e recursos disponíveis.

Ao combinar essas diferentes técnicas e ferramentas, somos capazes de estruturar nossos planos de ação, acompanhar nosso progresso e alcançar resultados significativos em nossos projetos e metas pessoais e profissionais.

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

A gestão do conhecimento é fundamental ao longo de nossa jornada. Devemos criar, adquirir, preservar e compartilhar o conhecimento para enriquecer nossas competências. O planejamento eficaz é essencial para alcançar nossos objetivos pessoais e profissionais. Para isso, precisamos definir indicadores e métricas que nos permitam avaliar nosso desempenho e realizar ajustes quando necessário.

Os OKRs (Objetivos e Resultados-Chave) são uma ferramenta útil para traçar e medir nossos objetivos. Podemos aplicá-los tanto em nível pessoal quanto profissional. O Balanced Scorecard (BSC) também é outra metodologia que pode ser implementada para melhorar a gestão de resultados. Ele traduz a missão e estratégia em medidas de desempenho, visualizadas por quatro perspectivas. E a previsão (forecast) e a visão de futuro (foresight) são métodos relevantes para projetar cenários e tomar decisões. Eles nos ajudam a identificar oportunidades e enfrentar possíveis desafios.

Para alcançar sucesso e cumprir nossos propósitos, é importante planejar, conhecer claramente nossos objetivos e medir nosso desempenho. Indicadores alinhados aos nossos objetivos nos auxiliam na avaliação e revisão de nossos planos.

Portanto, ao planejar nossa vida, finanças, educação, carreira e estilo de vida, devemos garantir que tudo seja mensurado, monitorado e avaliado, utilizando indicadores que representem nosso progresso em direção aos nossos objetivos. Esses parâmetros nos auxiliam a tomar decisões e ajustar nosso caminho conforme necessário. É importante ressaltar que essas ferramentas e técnicas devem ser adaptadas às nossas necessidades e contextos específicos. Cada indivíduo ou organização pode utilizar essas abordagens de maneira flexível, de acordo com seus objetivos e recursos disponíveis.

Ao combinar essas diferentes técnicas e ferramentas, somos capazes de estruturar nossos planos de ação, acompanhar nosso progresso e alcançar resultados significativos em nossos projetos e metas pessoais e profissionais.

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

# SWOT IFOFA

MATRIZ SWOT OU FOFA É UM MODELO DE TABELA QUE AUXILIA O EMPREENDEDOR ENCONTRAR AS PRINCIPAIS VANTAGENS E DESVANTAGENS DE SEU NEGÓCIO, TANTO DO ÂMBITO INTERNO QUANTO EXTERNO DE SEU EMPREENDIMENTO. O TÍTULO É UM ANAGRAMA PARA, RESPECTIVAMENTE, SWOT (STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES E THREATS) E FOFA (FORÇAS, OPORTUNIDADE, FRAQUEZA E AMEAÇAS).

DE FORMA SIMPLIFICADA, CADA TÓPICO REPRESENTA:

**STRENGTHS OU FORÇAS:** DIFERENCIAIS INTERNOS QUE O EMPREENDIMENTO TEM COM RELAÇÃO AOS SEUS CONCORRENTES, COMO UMA FROTA DE ÚLTIMA GERAÇÃO OU UM SISTEMA INOVADOR DE PRODUÇÃO.

**WEAKNESSES OU FRAQUEZAS:** DEFICIÊNCIAS INTERNAS QUE DIFICULTAM O TRABALHO, MAS PODEM SER CONTORNADAS. EXEMPLO DISSO É UM EFETIVO QUE SOFRE COM DESPREPARO, MAS QUE PODEM PASSAR POR INSTRUÇÕES TÉCNICAS.

**OPPORTUNITIES OU OPORTUNIDADES:** SITUAÇÕES EXTERNAS AO CONTROLE DA EMPRESA QUE A FAVORECEM DE MANEIRA POSITIVA, COMO QUANDO UM DETERMINADO TIME VENCE UM CAMPEONATO E UMA LOJA TEM ESTOQUE DE SEU UNIFORME PARA VENDA.

**THREATS OU AMEAÇAS:** OCORRÊNCIAS EXTERNAS AO EMPREENDIMENTO QUE ACABAM DECLINANDO AS EXPECTATIVAS DO NEGÓCIO. PODEMOS CITAR O AUMENTO DO PREÇO DA CARNE PARA UM RESTAURANTE, QUE ACABA TENDO QUE AUMENTAR SEUS PREÇOS, OCASIONANDO EM UMA BAIXA CLIENTELA.

VEJA UM MODELO DE MATRIZ SWOT:



APÓS CONFEÇÃO DA MATRIZ, O EMPREENDEDOR PODE ANALISAR QUAIS ATITUDES IRÁ TER QUE TOMAR PARA QUE SUA EMPRESA FLUA BEM.

## **4. CONCLUSÃO**

Podemos concluir, após de feita a leitura neste Projeto Integrado, que uma empresa que é constituída por valores firmes, uma missão estabelecida e uma visão bem planejada está melhor preparada que seus concorrentes para situações adversas. Vale ressaltar que intrínseco ao bom funcionamento do negócio, está o empreendedor que estuda o seu ambiente de maneira geral, tem autoconfiança e busca pela melhora do âmbito interno e externo a todo momento. De forma resumida, o mundo corporativo está em constante mudança e aqueles que melhor se adaptam de forma criativa e funcional se destacam.

## REFERÊNCIAS

Administração estratégica: Da competência empreendedora à avaliação de desempenho - 2ª Edição Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502146013/pageid/167>>

Acesso em 09 jun 2023.

[As principais tendências para o e-commerce em 2023 - Sebrae](#) > Acesso em 09 jun 2023.

AFFONSO, Ligia Maria Fonseca et al. Empreendedorismo. [S. l.]: Grupo A, 2019.

Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595028326>>.

Acesso em: 08 jun 2023.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. 464 p. ISBN 9788576052050. Disponível em:

<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/801/pdf/261?code=y19kLNp6EMFOI1qaMmZpqZ1ZqRA2Oj8qWsiY307BoMjdca6u8EnJ2xhBepXngyKrlZWW5zsG4DY30gCUimSa2A⇒>> Acesso em 08 jun 2023.

DORNELAS, José. Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018. ISBN 978-8566103052. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788566103076/cfi/181!/4/2@100:0.00>> Acesso em: 08 jun 2023.

TROCAFONE, Comercialização de Aparelhos Eletrônicos LTDA CNPJ: 20.553.221/0001-02. Disponível em:

<[https://www.trocafone.com.br/?gad=1&gclid=CjwKCAjwg-GjBhBnEiwAMUvNW1B5Fom6M9hkNlyhu7ehlju1H8qyNxOeD8\\_nBIMJLhozWiaQly1OWxoCZf8QAvD\\_BwE&page=2](https://www.trocafone.com.br/?gad=1&gclid=CjwKCAjwg-GjBhBnEiwAMUvNW1B5Fom6M9hkNlyhu7ehlju1H8qyNxOeD8_nBIMJLhozWiaQly1OWxoCZf8QAvD_BwE&page=2)> Acesso em: 12 jun 2023

## ANEXOS

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



## **RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO**

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório Final das Atividades de Extensão
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Prof. Danilo Moraes Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine
<b>ESTUDANTE:</b> Bruno de Souza Correia
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Concebeu-se um empreendimento sustentável e com bases estratégicas dentro do ramo da venda de calçados.
Desafio: O desafio pode ser alocado no campo da contabilidade, com a estipulação de dados financeiros concretos para o empreendimento.
Cronograma das Ações: A divisão de tópicos ocorreu no dia 08 de maio de 2023 por meio de encontro remoto dos participantes. Ficou definido que a revisão e a entrega do trabalho seria concluída no dia 12 de junho de 2023.
Síntese das Ações: O desenvolvimento do PI pela equipe se deu por encontros remotos pelo WhatsApp. No primeiro momento houve a divisão dos tópicos e, logo depois, se iniciou a confecção da empresa, com o auxílio de todos, independente de seus respectivos tópicos.
a. Aspectos positivos: Desenvolvimento pessoal.
b. Dificuldades encontradas: Estabelecimento de bases financeiras.
c. Resultados atingidos: Compreensão da matéria de maneira prática.

d. Sugestões / Outras observações: Não há.

### 3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100587	NOME: Bruno de Souza Correia
RA: 1012022200345	NOME: Célio Cândido da Silva Neto
RA: 1012022100447	NOME: João Gabriel Barbosa
RA: 1012022201546	NOME: Nakaiane Pereira Amado
RA: 1012022101337	NOME: Rosane Lage Cereda

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

<b>RELATÓRIO:</b> Relatório Final das Atividades de Extensão
<b>CURSO:</b> Gestão de Recursos Humanos
<b>MÓDULO:</b> Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Prof. Danilo Moraes Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine
<b>ESTUDANTE:</b> Célio Cândido da Silva Neto
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º trimestre de 2023

### 5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Concebeu-se um empreendimento sustentável e com bases estratégicas dentro do ramo da venda de calçados.

Desafio: O desafio pode ser alocado no campo da contabilidade, com a estipulação de dados financeiros concretos para o empreendimento.

Cronograma das Ações: A divisão de tópicos ocorreu no dia 08 de maio de 2023 por meio de encontro remoto dos participantes. Ficou definido que a revisão e a entrega do trabalho seria concluída no dia 12 de junho de 2023.

Síntese das Ações: O desenvolvimento do PI pela equipe se deu por encontros remotos pelo WhatsApp. No primeiro momento houve a divisão dos tópicos e, logo depois, se iniciou a confecção da empresa, com o auxílio de todos, independente de seus respectivos tópicos.

e. Aspectos positivos: Desenvolvimento pessoal.

f. Dificuldades encontradas: Estabelecimento de bases financeiras.

g. Resultados atingidos: Compreensão da matéria de maneira prática.

h. Sugestões / Outras observações: Não há.

## 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100587	NOME: Bruno de Souza Correia
RA: 1012022200345	NOME: Célio Cândido da Silva Neto
RA: 1012022100447	NOME: João Gabriel Barbosa
RA: 1012022201546	NOME: Nakaiane Pereira Amado
RA: 1012022101337	NOME: Rosane Lage Cereda

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

<b>RELATÓRIO:</b> Relatório Final das Atividades de Extensão
<b>CURSO:</b> Marketing
<b>MÓDULO:</b> Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Prof. Danilo Moraes Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine
<b>ESTUDANTE:</b> João Gabriel Barbosa
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º trimestre de 2023

## 8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Concebeu-se um empreendimento sustentável e com bases estratégicas dentro do ramo da venda de calçados.

Desafio: O desafio pode ser alocado no campo da contabilidade, com a estipulação de dados financeiros concretos para o empreendimento.

Cronograma das Ações: A divisão de tópicos ocorreu no dia 08 de maio de 2023 por meio de encontro remoto dos participantes. Ficou definido que a revisão e a entrega do trabalho seria concluída no dia 12 de junho de 2023.

Síntese das Ações: O desenvolvimento do PI pela equipe se deu por encontros remotos pelo WhatsApp. No primeiro momento houve a divisão dos tópicos e, logo depois, se iniciou a confecção da empresa, com o auxílio de todos, independente de seus respectivos tópicos.

i. Aspectos positivos: Desenvolvimento pessoal.

j. Dificuldades encontradas: Estabelecimento de bases financeiras.

k. Resultados atingidos: Compreensão da matéria de maneira prática.

l. Sugestões / Outras observações: Não há.

<b>9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
RA: 1012023100587	NOME: Bruno de Souza Correia
RA: 1012022200345	NOME: Célio Cândido da Silva Neto
RA: 1012022100447	NOME: João Gabriel Barbosa
RA: 1012022201546	NOME: Nakaiane Pereira Amado
RA: 1012022101337	NOME: Rosane Lage Cereda

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório Final das Atividades de Extensão
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Prof. Danilo Moraes Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine
<b>ESTUDANTE:</b> Nakaiane Pereira Amado
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º trimestre de 2023

<b>11. DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Concebeu-se um empreendimento sustentável e com bases estratégicas dentro do ramo da venda de calçados.
Desafio: O desafio pode ser alocado no campo da contabilidade, com a estipulação de dados financeiros concretos para o empreendimento.
Cronograma das Ações: A divisão de tópicos ocorreu no dia 08 de maio de 2023 por meio de encontro remoto dos participantes. Ficou definido que a revisão e a entrega do trabalho seria concluída no dia 12 de junho de 2023.

Síntese das Ações: O desenvolvimento do PI pela equipe se deu por encontros remotos pelo WhatsApp. No primeiro momento houve a divisão dos tópicos e, logo depois, se iniciou a confecção da empresa, com o auxílio de todos, independente de seus respectivos tópicos.

m. Aspectos positivos: Desenvolvimento pessoal.

n. Dificuldades encontradas: Estabelecimento de bases financeiras.

o. Resultados atingidos: Compreensão da matéria de maneira prática.

p. Sugestões / Outras observações: Não há.

## 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012023100587	NOME: Bruno de Souza Correia
RA: 1012022200345	NOME: Célio Cândido da Silva Neto
RA: 1012022100447	NOME: João Gabriel Barbosa
RA: 1012022201546	NOME: Nakaiane Pereira Amado
RA: 1012022101337	NOME: Rosane Lage Cereda

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE

<b>RELATÓRIO:</b> Relatório Final das Atividades de Extensão
<b>CURSO:</b> Ciências Contábeis
<b>MÓDULO:</b> Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Prof. Danilo Moraes Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine
<b>ESTUDANTE:</b> Rosane Lage Cereda
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º trimestre de 2023

#### 14. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Concebeu-se um empreendimento sustentável e com bases estratégicas dentro do ramo da venda de calçados.

Desafio: O desafio pode ser alocado no campo da contabilidade, com a estipulação de dados financeiros concretos para o empreendimento.

Cronograma das Ações: A divisão de tópicos ocorreu no dia 08 de maio de 2023 por meio de encontro remoto dos participantes. Ficou definido que a revisão e a entrega do trabalho seria concluída no dia 12 de junho de 2023.

Síntese das Ações: O desenvolvimento do PI pela equipe se deu por encontros remotos pelo WhatsApp. No primeiro momento houve a divisão dos tópicos e, logo depois, se iniciou a confecção da empresa, com o auxílio de todos, independente de seus respectivos tópicos.

q. Aspectos positivos: Desenvolvimento pessoal.

r. Dificuldades encontradas: Estabelecimento de bases financeiras.

s. Resultados atingidos: Compreensão da matéria de maneira prática.

t. Sugestões / Outras observações: Não há.



<b>15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
RA: 1012023100587	NOME: Bruno de Souza Correia
RA: 1012022200345	NOME: Célio Cândido da Silva Neto
RA: 1012022100447	NOME: João Gabriel Barbosa
RA: 1012022201546	NOME: Nakaiane Pereira Amado
RA: 1012022101337	NOME: Rosane Lage Cereda