



**UNIFEOB**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO**  
**OCTÁVIO BASTOS**  
**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE**  
**CIÊNCIAS CONTÁBEIS/ MARKETING**

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**SPAZIO DELLO CHEFE**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
CIÊNCIAS CONTÁBEIS/MARKETING

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**SPAZIO DELLO CHEFE**

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

Alexsandro C. Santos, RA 1012022200438

Aline Angélica de Carvalho, RA 1012022100120

Eduardo Dalcy Siqueira, RA 1012022200771

Matheus Francisco, RA 1012022101270

Rafaella Louise Silva Vieira, RA 1012023100267

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>6</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	8
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	12
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	14
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	15
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	16
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
Autoconhecimento: eu, caçador de mim.	18
Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve.	18
Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração.	19
Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado.	19
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	20
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>23</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>25</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>27</b>

# 1. INTRODUÇÃO

No presente projeto será abordada a temática do Brainstorming Empresarial, termo que pode ser definido como uma “tempestade de ideias”, e que consiste em uma técnica muito utilizada no âmbito empresarial, para explorar novas abstrações, alavancar o engajamento entre as equipes, e até mesmo sugerir resoluções de problemas.

Através do Brainstorming construiu-se a proposta de um novo negócio, a Spazio Dello Chefe, um espaço dedicado à arte culinária, atuante no segmento de padarias. Na empresa, praticamente toda a produção acontece de forma artesanal, com objetivo de oferecer produtos de qualidade à população local e uma experiência culinária única a quem visita a loja física, oferecendo um ambiente agradável e boa música para o melhor momento do dia, o café! A Spazio Dello Chefe tem como seu maior desafio, tornar o negócio lucrativo, competitivo e sustentável, num mercado onde a maior parte dos concorrentes trabalha de forma industrial.

O processo de criação foi norteado pelas competências de Gestão Empreendedora, que possibilitou compreender mais profundamente as características empreendedoras necessárias, assim como delinear a fonte de capital utilizado, e a proposta de negócio propriamente dita. Já a competência Administração Estratégica, nos permitiu analisar aspectos de mercado e fundamentar a missão, visão e valores do novo empreendimento.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Spazio Dello Chefe, empresa inscrita no CNPJ 01.100.100/0001-10, sob razão social, Dalcy Siqueira & Santos Ltda, atualmente fica situada à Rua Junqueiras, nº 406, no Centro da cidade de Poços de Caldas. A ideia de abrir uma padaria surgiu do sonho de dois amigos, um deles formado em gastronomia e o outro, diplomado em administração, em construir seu próprio negócio na cidade onde residem, uma estância turística, aos pés da Mantiqueira, em Minas Gerais. A escolha pelo segmento de padarias gourmet, se deu por notarem que a maior parte dos estabelecimentos ofereciam apenas o básico, e que havia uma grande procura por espaços gourmetizados, pelos turistas que frequentam a cidade. Além do fato de terem começado suas vidas profissionais em padarias da cidade e ambos possuírem vasta experiência como padeiros.

O negócio partiu da iniciativa de fabricar e comercializar pães e doces artesanais por encomenda, atendendo ao público de forma geral. Perceberam então que oferecer uma experiência gastronômica aos seus clientes poderia agregar valor e atrair pessoas para a loja física. Além da qualidade do produto, do ambiente instagramável e atendimento personalizado, os sócios passaram a pensar no público com restrições alimentares diversas, e aplicaram adaptações de ingredientes às receitas, o que se tornou um diferencial de mercado, visto que, as padarias locais não trabalham com esse tipo de opção nos seus cardápios.

A empresa optou por adotar uma política de desperdício zero em sua produção, para isso aproveitam o máximo de cada ingrediente e fazem controles periódicos do que está indo para o lixo, dessa forma conseguem medir, avaliar e buscar soluções possíveis para essa questão; também tratam o lixo de forma responsável e trabalham com fontes de energia limpa. Essas medidas impactam na redução de custos e possibilita investimento em outras áreas, como marketing digital e treinamentos à equipe, voltados

para o atendimento aos clientes. O carro-chefe da padaria são os pães artesanais, seguidos pelas sobremesas. A padaria conta com um cardápio onde o cliente pode personalizar o seu produto, substituindo alguns ingredientes por outros mais saudáveis e adequados às suas necessidades alimentares. Além da loja física, atende também de forma virtual, através de seus canais no Instagram, Facebook e WhatsApp, possuindo serviço de delivery e encomendas para eventos na região.



Imagem 1: Identidade Visual (vide anexo)  
Fonte: Autoria própria

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

O ramo alimentício tem tido grande crescimento mesmo diante da crise econômica e sanitária enfrentada atualmente e para se obter sucesso nesse segmento, pode-se afirmar que uma gestão eficiente desempenha uma forte relação com o empreendedorismo, a fim de destacar-se no mercado. A criação de produtos de qualidade e gourmetizados, trazem consigo a transmissão de confiança na relação empresa x cliente, impactando diretamente na obtenção do sucesso e aceitação no mercado, substituindo a noção de preço por valor agregado.

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

Observar as oportunidades e criar estratégias para gerir um bom negócio e ver oportunidades onde ninguém vê, na criação de um negócio novo o empreendedor é capaz de flexibilizar seu ponto de vista na adequação do produto, estando mais sensível à mudança comportamental do consumidor e inovando no mercado. O retrato desta flexibilidade é a experiência adquirida ao longo da vida, baseada em técnicas formais e informais, que contribuem para uma visão futurista do bom funcionamento da organização, para que tudo corra como planejado, tomando como base alguns aspectos que não podem ser descartados como:

- 1) Clareza dos objetivos
- 2) Perfil dos colaboradores
- 3) Disposição em assumir riscos

- 4) Comprometimento
- 5) Planejamento
- 6) Persistência
- 7) Capacitação contínua e mútua

Acreditando nisso, torna-se fundamental buscar um mercado e colher os frutos, oferecendo, dos mais simples aos sofisticados produtos alimentícios que serão apreciados pela clientela através de criatividade e sabor. Com base neste histórico de dedicação, responsabilidade e empenho, a Spazio Dello Chefe, continuará a fidelizar seus clientes e continuará nos auge nos próximos anos.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Para a abertura do Spazio Dello Chefe, foi orçado meados de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), do qual 70% será de recursos próprios dos dois sócios e os 30% será por meio de financiamento de capital de giro pelo ITAÚ UNIBANCO S.A. com taxa de 13,79 a.a. (Dados BCB), considerando as taxas mais competitivas no mercado e também o bom relacionamento entre um dos sócios que já é correntista nesta instituição, que será destinado a compra de equipamentos, estoques e veículos para entregas/delivery.

Cada sócio será responsável por 35% do montante, que virá do capital próprio, havendo por arrecadação deste percentual, venda de carro próprio, resgate de FGTS, resgate de fundo de investimentos e poupança.

As estimativas é que logo no segundo ano, os sócios comecem a dividir o lucro líquido em partes iguais através da distribuição de lucros, visto que, pelo planejamento, até lá, já haverá coberto todo o valor do investimento inicial.



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

#### **O Mercado**

Com mais de 70 mil padarias gerando cerca de 920 mil empregos diretos, o setor de panificação e confeitaria teve um crescimento de faturamento de R\$5,79 bilhões na análise comparativa de janeiro a maio de 2022 frente ao mesmo período no ano anterior. Conforme a Associação Brasileira de Panificação e Confeitaria, o consumo de produtos alimentícios do ramo de panificação e confeitaria vem crescendo no país nos últimos anos e estima-se um consumo médio de 22.61Kg de pães por ano de consumo per capita por brasileiro. Onde 76% da população consome pão no café da manhã e 98% consome produtos de panificação, desse consumo 86% são artesanais e 52% são do tipo pão francês.

#### **Clientes**

Em pesquisa realizada, a cidade de Poços de Caldas, escolhida para a implementação da empresa, conforme o IBGE, possui uma população de cerca de 169.838 mil habitantes e um PIB per capita de R\$47.397,24 e por se tratar de uma cidade turística, conta com um enorme fluxo de visitantes de várias localidades de todo o país, todos os meses do ano, o que possibilita uma maior atuação da empresa e significativa visibilidade, oferecendo aos clientes seu portfólio de produtos.

#### **Concorrentes**

A cidade conta com muitos estabelecimentos do ramo de panificação, além de mercados, armazéns e mercearias que também comercializam produtos do mesmo tipo. Com tudo, a empresa aposta num ambiente instagramavel e na diversificação e qualidade dos ingredientes utilizados na fabricação dos produtos, além de se tratar de

produtos gourmet com marca própria, combinação que garante destaque e diferenciação em relação à seus concorrentes.

### **Proposta**

A proposta é criar uma marca própria, que seja reconhecida por seus produtos personalizados, fabricados com ingredientes selecionados, possibilitando assim o destaque no mercado. Criar embalagens personalizadas a fim de consolidar uma identidade visual, que possibilite reconhecimento em meio aos demais produtos de outros concorrentes do mesmo ramo de atividade. Além de apostar em parcerias, repassando mercadoria para outros estabelecimentos comerciais, aumentando assim, sua gama de clientes.

Cada vez mais os consumidores têm se preocupado com uma alimentação mais saudável aliada à qualidade de vida. Isso contribui com o aumento da procura por produtos com valor nutricional mais elevado, com índice glicêmico menor e menos calóricos. Com isso, a empresa aposta também nos alimentos integrais, que além de fornecer mais energia, contribuem para um melhor funcionamento do organismo. Outra tendência, é o aumento na comercialização de produtos para pessoas com intolerância ou alergia alimentar. Cerca de 10% da população apresenta algum tipo de alergia ou intolerância alimentar, nisso vê-se a oportunidade de comercializar produtos sem glúten e sem lactose, possibilitando assim, uma maior margem de lucro sobre sua comercialização.

### **Estrutura**

Para a implementação foi realizado levantamento dos valores dos ativos imobilizados para adequação do salão de atendimento e produção.



DALCY SIQUEIRA &amp; SANTOS LTDA

## RELATORIO DE POSICAO DE ATIVOS

DATA : 30/05/2023

HORA : 15:09:26

CODIGO	DESCRICAO	VL TOTAL
044199	EQUIPAMENTOS / MAQUINAS	14000,00
044203	INSTALACOES COMERCIAIS	12000,00
044201	MOVEIS	15000,00
044202	UTENSILIOS	7000,00
044204	VEICULOS	25000,00

VALOR TOTAL : R\$ 73000,00

Imagem 2: Relatório de Posição de Ativos

Fonte: Autoria própria

**Equipamentos / Máquinas**

- Forno
- Fogão Industrial
- Mesa Inox
- Amassadeira
- Modeladora de Massas
- Batedeira
- Freezer
- Câmara de Panificação
- Chapa

**Móveis / Utensílios**

- Conjuntos de mesas com cadeiras
- Balcão
- Equipamentos PDV
- Utensílios diversos

**Instalação comercial**

- Adequação do ambiente
- Fachada/luminoso
- Instalações elétricas/ técnicas

**Veículos**

- Veículos para Delivery

Para as despesas com a operacionalização foi realizado uma estimativa das despesas fixas e variáveis com referência ao período de 1 mes de operações, conforme a lista:

PLANO CNT PAGAR	DESCRICAÇÃO	
<b>FIX- DEPENDAS FIXAS</b>		
DES.FIX.AGU. .	DEPENDAS COM DPTO AGUA ESG	R\$ 400,00
DES.FIX.ALU. .	DEPENDAS COM ALUGUEL	R\$ 2000,00
DES.FIX.COM. .	DEPENDAS COM CONTABILIDADE	R\$ 500,00
DES.FIX.FUN. .	DEPENDAS COM FUNCIONARIOS	R\$ 4800,00
DES.FIX.ENE. .	DEPENDAS COM ENERGIA	R\$ 700,00
DES.FIX.SOF. .	DEPENDAS COM SOFTWARE	R\$ 250,00
DES.FIX.TEL. .	DEPENDAS COM TELEF/INTERNET	R\$ 150,00
DES.VAR.PRO. .	DEPENDAS COM PROPAGANDA	R\$ 800,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 9600,00</b>
<b>VAR - VARIÁVEIS</b>		
DES.VAR.LIM. .	DEPENDAS LIMPEZA/MANUTENCAO	R\$ 320,00
DES.VAR.MAT. .	DEPENDAS COM MAT ESCRITORIO	R\$ 250,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 570,00</b>
<b>VEI- DEPENDAS VEICULOS</b>		
DES.VEI.MAN. .	DEPENDAS COM MANUTENCAO DE VEICULOS	R\$ 500,00
DES.VEI.DOC. .	DEPENDAS COM (DOCUMENTACAO)	R\$ 1200,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 1700,00</b>
<b>FOR- PGTO FORNECEDORES</b>		
FOR. . . .	FORNECEDORES PROD REV/PRODC	<b>TOTAL R\$ 8000,00</b>
<b>SOC- DEPENDAS FUNCIONARIOS</b>		
SOC.PRO. . .	PROLABORE	<b>TOTAL R\$ 6000,00</b>
<b>IMP-IMPOSTOS/TAXAS/LICENCAS</b>		
IMP.ME . . .	IMPOSTOS - TRIB SMP NACIONAL	R\$ 1200,00
IMP.SIN. . .	TAXAS - SINDICATO	R\$ 280,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 1480,00</b>
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>R\$ 27350,00</b>

Imagem 3: Relatório de Família do Pagar

Fonte: Autoria própria

Importante salientar que a família de despesas For - Pgto de fornecedores, se refere ao material que será utilizado apenas na produção **inicial**, valor esse que sofrerá alteração conforme a necessidade de produção e faturamento.

Dos valores investidos inicialmente a diferença não utilizada será destinada ao fluxo de caixa e reserva de segurança. Considerando as despesas acima, estima-se que em média essa despesa representará por volta de 30% do faturamento. Com base nas análises feitas de mercado, fluxo de clientes, capacidade de produção e parcerias, a estimativa de faturamento **inicial** é em torno de aproximadamente R\$100.000,00.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

O planejamento estratégico é uma ferramenta essencial para auxiliar na solução de problemas encontrados pelas empresas. Pois, através dele, são determinadas as medidas a serem tomadas para diminuir ameaças e aproveitar as oportunidades que surgem. Desta forma, a administração estratégica, possibilita a melhor tomada de decisão nas ações a serem seguidas na busca de resultados.

Para viabilizar a implementação foi realizado uma análise do ambiente interno (pontos fortes e fracos) e do ambiente externo (ameaças e oportunidades), a fim de prever as questões estratégicas e quais as ações estratégicas a serem realizadas

### **Ambiente Interno**

<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>
Localização	Centralização de funções

Grande diversificação dos produtos	Alguns produtos não são exclusivos
Utilização do mesmo maquinário, para a produção da loja e produção da venda através de parceiros	Gerenciamento de equipe

### **Ambiente Externo**

<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
Cidade turística com grande fluxo de visitantes de outras cidades de todo o Brasil.	Grande número de concorrentes
Aumento do interesse dos consumidores no consumo de produtos do tipo	Aumento do custo da matéria prima
Diversificação dos produtos	Pode ser copiado pela concorrência
Aumento de consumidores exigentes em relação	
Valor dos produtos acessível a todas as classes.	
Possibilidade de vários parceiros para revenda	
Elevação na taxa de crescimento da população	

O resultado na análise do ambiente interno e externo, serve como parâmetro para a identificação das oportunidades e ameaças e definição das estratégias a serem tomadas.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

#### **Estratégias para tornar a empresa mais competitiva.**

- Desenvolver relação com fornecedores - A fim de garantir acesso a produtos de qualidade e preço mais em conta para a produção.
- Desenvolver novas receitas de produção - Com base em análise de itens mais consumidos pelos clientes modificando as receitas de modo a cada vez mais inovar e atender ao paladar exigente do cliente aumentando o portfólio de produtos.
- Realizar pesquisas das preferências dos clientes - Realizar pesquisas de satisfação quanto à expectativa dos clientes com os produtos.
- Sempre buscar novos clientes - Buscar empresas parceiras para revenda de seus produtos em outros estabelecimentos.
- Buscar sempre garantir boas práticas na produção dos produtos evitando desperdícios.

#### **Estratégias para divulgar o nome da empresa.**

- Divulgar a marca da empresa - Através de rede social como Instagram, Facebook com postagens diárias com fotos dos produtos.
- Criar eventos para atrair clientes para conhecer o diferencial da empresa.
- Fazer promoções com parceiros.

#### **Estratégias de financeiro**

- Controlar fluxo de caixa - Realizar controle de movimento de caixa, pagamentos e recebimento.
- Reduzir despesas.
- Diminuir perdas

### **Marketing e divulgação**

O marketing será realizado com base em análise feita relacionada ao mercado consumidor, focando no mix de produtos e preferência dos clientes. Com base na análise dos itens mais vendidos e de maior preferência dos consumidores, a empresa pretende inicialmente realizar anúncios em plataforma de rede social através de seus canais no Instagram, Facebook e WhatsApp e posteriormente, realizar anúncios em rádio e televisão.

## **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

No planejamento estratégico das empresas em geral, os conceitos de missão, visão e valores desempenham papéis fundamentais. Eles representam a identidade, propósito e o direcionamento da organização, orientando suas ações, objetivos e decisões estratégicas.

A missão é uma declaração concisa que define o motivo fundamental da existência da empresa, seu propósito central a busca pelo que se deseja alcançar no mercado. A missão deve ser clara, inspirada e determinada aos valores da organização. Ela fornece uma base sólida para o desenvolvimento das estratégias, orientando as atividades desenvolvidas e ajudando a empresa a manter o foco em seu propósito.

A visão é uma imagem de longo prazo que descreve onde a empresa pretende chegar no futuro. Ela representa uma aspiração inspirada e entusiasmada que guia o crescimento e a evolução da organização. A visão deve ser ambiciosa, motivada e estimulante, criando um senso de direção compartilhado entre os membros da empresa.



Os valores representam os princípios e crenças fundamentais que norteiam o comportamento e as decisões da empresa. Eles refletem a cultura organizacional e definem as normas de conduta interna e externa. Os valores servem como um guia ético e orientam as escolhas estratégicas e operacionais da empresa. Eles também ajudam a estabelecer a identidade da organização e a construir relacionamentos com clientes, funcionários e outras partes interessadas.

Ao estabelecer e comunicar de forma clara a missão, visão e valores, as empresas, a organização consegue treinar seus esforços e direcionar suas estratégias de maneira consistente. Esses elementos essenciais do planejamento estratégico fornecem uma base sólida para a tomada de decisões, impulsionam o engajamento dos funcionários e auxiliam no estabelecimento de uma identidade forte e coerente no mercado.

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

A padaria Spazio Dello Chefe tem como missão: Oferecer produtos artesanais de alta qualidade, com ingredientes frescos e selecionados, combinados com técnicas culinárias inovadoras, a fim de proporcionar aos clientes uma experiência gastronômica única e satisfatória.

A visão de tornar-se a padaria gourmet referência na cidade, conhecida pela excelência na qualidade de produtos e serviços, proporcionando uma experiência única e satisfatória aos clientes.

E seus valores são divididos em três:

- **Qualidade:** Comprometimento com a qualidade superior de nossos produtos, desde os ingredientes utilizados até a finalização dos pratos, para garantir a satisfação dos clientes.
- **Atendimento ao cliente:** Valorizar cada cliente, oferecendo um atendimento cordial, personalizado e eficiente, criando um ambiente acolhedor e amigável.
- **Sustentabilidade:** Priorizar práticas saudáveis em nossa operação, desde a seleção de fornecedores até o descarte adequado de resíduos, visando a preservação do meio ambiente.

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

Nosso futuro, sucesso e nossas realizações, normalmente estão interligadas a nossa felicidade. Para que possamos então garantir sucesso e realização é necessário que tenhamos um propósito de vida e saber estabelecer nossos objetivos a serem alcançados.

A melhor forma de conseguirmos realizar esses objetivos é através do planejamento, que deve ser feito de forma realista, para que seja viável e executável. Independente de quais sejam os nossos objetivos, sejam eles pessoais ou profissionais, é necessário pensar estrategicamente rumo ao alcance de nossos sonhos, alcançando assim, nossos objetivos.

#### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

##### **Autoconhecimento: eu, caçador de mim.**

Através do processo de autoconhecimento conseguimos definir nossos propósitos. A definição do propósito de vida, deve passar por uma auto análise, para nos conhecermos e para seguirmos rumo ao alcance de nossos sonhos.

Todos temos nossos sonhos, planos e projetos, os quais queremos alcançar. Para conseguirmos alcançá-los, precisamos antes estabelecer onde queremos chegar e o que precisamos para isso. E isso é planejamento.

##### **Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve.**

Nossos maiores sonhos e objetivos devem ser os motivadores dos caminhos que vamos seguir. Todos os nossos objetivos e planos devem ser organizados através de um planejamento claro e objetivo, juntamente alinhado ao nosso propósito de vida e nossas

escolhas. Essas escolhas podem ser qualificadas fazendo o uso de técnicas de geração de escolha, como o brainstorming, que pode ser realizado individualmente onde podemos levantar nossas idéias para caminhar rumo ao nosso propósito.

Após as ideias, devemos analisá-las e selecioná-las. Uma boa técnica para análise de ideias é o chamado funil de ideias. Por meio desse funil, conseguimos traçar as possibilidades, e rever as alternativas que mais nos favorecem e que estão de acordo com o nosso propósito.

**Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração.**

Para uma melhor definição de metas, a técnica SMART nos possibilita orientar melhor nossos objetivos. São necessários cinco requisitos para que possa ter seu dependente medido, estimulando o profissional a atingi-la para colaborar com o seu propósito profissional dentro de um período de tempo. A utilização dessa ferramenta nos ajuda a compreender melhor os resultados que precisamos alcançar e qual foi o desempenho obtido em cada um deles, juntamente aos nossos objetivos.

Podemos também utilizar a metodologia PDCA, para auxiliar nos planos e projetos que representam; planejar, fazer, checar e agir. Ao aplicar as metodologias PDCA, devemos nos lembrar de que o aperfeiçoamento do planejamento é uma atitude contínua, podendo sempre ser melhorada para o alcance de metas e objetivos.

**Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado.**

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos, precisa ter condições de ser avaliado, para que saibamos se estamos no caminho certo. Os planos de ação devem estipular as metas, que serão avaliadas. Para isso, são necessários indicadores que fiquem interligados aos nossos objetivos. Ao longo de nossa trajetória devemos ter ciência de que o conhecimento é o nosso principal ativo.

A gestão do conhecimento pessoal (GCP), é definida como um processo individual, onde entendemos as informações, observações e ideias. A GCP nos orienta a ordenar, categorizar, tornar público, e recuperar.

Outra ferramenta útil para medir nossos objetivos é a OKRs, que possibilita a definição de metas colaborativas, de maneira desafiadora e ambiciosa. A definição do OKRs deve ser vista como uma lista de aspirações que desejamos alcançar, ideal para objetivos mais desafiadores que queremos atingir.

Esses parâmetros auxiliam também na revisão de nossos planos, tanto para definição de novos direcionadores, como para confirmação da trajetória escolhida!

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

Com base no conteúdo, foi feito um banner (vide anexo I) com o auxílio da ferramenta de criação de designs Canvas. Utilizamos as cores de fundo mais claras, como branco e cinza, para destacarmos outras cores nas figuras que escolhemos adicionar, de acordo com cada quadrante dentro do banner e para fonte das letras optamos por deixá las em negrito para ficarem mais visíveis através do fundo mais claro.

No primeiro quadrante é falado sobre a força que precisamos ter para alcançarmos nossos objetivos. O segundo sobre reconhecer nossos limites e fraquezas, mas estando sempre dispostos a melhorá-las. No terceiro quadrante falamos sobre oportunidades e como identificá-las, e no último sobre ameaças, e como podemos identificá-las para saber enfrentá-las e saber usar a nosso favor.

Desenvolvemos o banner baseado na matriz SWOT, onde falamos sobre nossas forças e em como podemos usá-las para aproveitarmos as oportunidades que surgem ao longo do nosso caminho, e saber enfrentar ameaças que podem estar dentro desse caminho.

## 4. CONCLUSÃO

Ao tratar o Brainstorming Empresarial neste projeto, foi possível demonstrar aspectos essenciais ao empreendedorismo, pois uma boa ideia sozinha, não garante o sucesso de um negócio.

Ao pensar na proposta de uma padaria gourmet, foram percebidos pela equipe os grandes desafios que perpassam a abertura de uma empresa e o seu dia a dia, e o quanto a administração estratégica pode oferecer aos gestores, desde o planejamento de ações até a forma de mensurar os resultados. Muitas vezes ao analisar novos negócios, depara-se com um crescimento desordenado, os negócios surgem, as empresas são estabelecidas, mas o retorno não vem, a empresa não consegue se desenvolver e os gestores muitas vezes não conseguem ter uma visão real dos resultados. A gestão empreendedora atrelada à administração estratégica traz a solução para esses problemas, e se aplicadas desde os primeiros passos da empresa, podem alavancar os bons resultados e evitar muitos transtornos aos sócios.

O projeto possibilitou analisar tanto as questões subjetivas pertinentes ao negócio, ao mencionar tópicos como visão, missão e valores; quanto questões práticas, ao abordar projeção de gastos, ativo, capital, descrição da empresa e outros. Pôde-se também analisar o ambiente macro e micro, interno e externo, onde a empresa está inserida, e a partir disso desenhar um plano de negócio criativo, que demonstrasse o tipo de empreendimento ideal.

O empreendedorismo está em alta, mas o volume de empresas inadimplentes ou que fecham as portas antes de concluir seu primeiro exercício ainda é muito alto. Conclui-se, assim, que empreender vai além de ter uma boa idéia, além de vender um produto ou serviço. É necessário conhecimento, informação e planejamento, para que de forma organizada os gestores possam tomar as melhores decisões. Conhecer seu segmento, seu produto, o local onde se pretende estabelecer a empresa, selecionar e

engajar a equipe de trabalho, captar clientes, divulgar seu negócio, atender com excelência, buscar parcerias, consolidar sua identidade visual, trabalhar de forma limpa pensando no ambiente e sociedade de forma a agregar valor ao seu produto e inovar sempre; foram esses os pontos mais relevantes levantados pela equipe nos debates, e que foram utilizados para montar a proposta de negócio Spazio Dello Chefè.

## REFERÊNCIAS

Indicadores de janeiro a maio 2022. Disponível em:

[www.abep.org.br/site/wp-content/uploads/2022/09/EBOOK\\_-\\_IDEAL\\_-\\_INDICADOR\\_ES\\_JANEIRO\\_A\\_MAIO\\_2022\\_-\\_BR.pdf](http://www.abep.org.br/site/wp-content/uploads/2022/09/EBOOK_-_IDEAL_-_INDICADOR_ES_JANEIRO_A_MAIO_2022_-_BR.pdf)

Pessoa Jurídica - Capital de Giro com prazo de até 365 dias - Pós-fixado referenciado em juros flutuantes. Disponível em:

<https://www.bcb.gov.br/estatisticas/reporttxjuros/?codigoSegmento=2&codigoModalidade=210204>. Acesso em 08/06/2023

Entenda como o mercado alimentício impacta a economia. Disponível em :

<https://www.conpleq.com.br/entenda-como-o-mercado-alimenticio-impacta-a-economia/> Acesso em 05/06/2023

Missão visão e valores Disponível em:

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores>

Acesso em 08/06/2023

Qual diferença entre missão visão e valores de uma empresa. Disponível em:

<https://whow.com.br/qual-a-diferenca-entre-missao-visao-e-valores-de-uma-empresa>

Acesso em 08/06/2023

Missão visão e valores o que são e como desenvolvê-los em seu negócio. Disponível em:



<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2017/05/missao-visa-o-e-valores-o-que-sao-e-como-desenvolve-los-em-seu-negocio.html>. Acesso em 06/6/2023

# ANEXOS

## Anexo I: Banner Matriz SWOT

## Pensando Estratégicamente

Analise seus pontos fortes, identifique oportunidades, supere desafios e alcance a realização pessoal com a matriz SWOT.

<p style="text-align: center;"><b>FORÇAS</b> </p> <p>Para alcançarmos nossos objetivos, é necessário que conheçamos a carreira que pretendemos seguir.</p> <p>O primeiro passo é conhecer nossas forças, como pessoas e como profissionais.</p>	<p style="text-align: center;"><b>FRAQUEZAS</b> </p> <p>Ao desenvolver uma carreira profissional, é preciso que saibamos reconhecer nossas fraquezas e limites.</p> <p>Porém, também sendo necessário querer melhorar essas fraquezas, estando disposto a fazer uma análise de si mesmo, afim de encontrar onde está a fraqueza e o que pode ser feita para melhorar.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b> </p> <p>A trajetória que escolhemos seguir precisa ser analisada para que saibamos identificar as oportunidades ao longo da nossa carreira para não deixá-las passar em vão.</p> <p>Para que as oportunidades apareçam é necessário superação em nossas dificuldades e excelência em tudo o que fizermos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMEAÇAS</b> </p> <p>Ameaças são situações que representam barreiras para o nosso objetivo.</p> <p>Feita a identificação de onde está tal ameaça, cabe a nós enfrentá-las e saber usar ao nosso favor, transformando essa ameaça em uma oportunidade.</p>

Anexo I - Banner sobre a matriz SWOT.

Anexo II: Link do material de Identidade Visual da padaria Spazio Dello Chefe:  
[https://drive.google.com/drive/folders/1iP\\_CE7pXslOGOKC-Y1DssEBAIezeKZNL?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1iP_CE7pXslOGOKC-Y1DssEBAIezeKZNL?usp=sharing)

# RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> CIÊNCIAS CONTÁBEIS
<b>MÓDULO:</b> PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> DANILO MORAIS DOVAL E LUIZ FERNANDO PANCINI
<b>ESTUDANTE:</b> ALEXSANDRO C. SANTOS
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SEGUNDO TRIMESTRE 2023
2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Este projeto integrado teve como base a administração estratégica e a gestão empreendedora, onde tivemos a oportunidade de colocar de forma clara e objetiva um novo negócio, que seria a Padaria Spazio Dello Chefe, destacando as características de como seria gerir uma padaria desde de sua criação até como gerir fluxo de caixa e suas estratégias empresariais, adentrando na cultura empreendedora como uma forma de mostrar que há sempre novos empreendimentos a serem criados.</p>
<p>Desafio: O maior desafio foi criar um projeto do novo empreendimento, pois tivemos muitas ideias e acabamos cortando muitas delas até chegar na ideia de criar a Padaria Gourmet.</p>
<p>Cronograma das Ações: O trabalho foi dividido em tópicos deixando a livre escolha para os integrantes, onde diante de qualquer dificuldade os demais estariam de pronto apoio, assim como a interação no decorrer do grupo com os feedbacks de como estava o desenvolvimento de cada um.</p>
<p>Síntese das Ações: Nossa comunicação em grupo se deu através de um grupo de whatsapp, envolvendo a interação de a participação de todos os membros.</p>
<p>a. Aspectos positivos: Interação dos membros em muitas ideias para o projeto</p>

b. Dificuldades encontradas: Encontrar uma ideia que realmente faria sentido realizar

c. Resultados atingidos: Fizemos um projeto que no mundo real daria certo se bem administrado

d. Sugestões / Outras observações

### 3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200438	NOME ALEXSANDRO CARDOSO DOS SANTOS
RA 1012022100120	NOME ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
RA 1012022200771	NOME EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
RA 1012022101270	NOME MATHEUS FRANCISCO
RA 1012023100267	NOME RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

<b>RELATÓRIO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> CIÊNCIAS CONTÁBEIS
<b>MÓDULO:</b> PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> DANILO MORAIS DOVAL E LUIZ FERNANDO PANCINI
<b>ESTUDANTE:</b> ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SEGUNDO TRIMESTRE 2023

### 5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Este projeto integrado teve como base a administração estratégica e a gestão empreendedora, onde tivemos a oportunidade de colocar de forma clara e objetiva um novo negócio, que seria a Padaria Spazio Dello Chefe, destacando as características de como seria gerir uma padaria desde de sua criação até como gerir fluxo de caixa e suas estratégias empresariais, adentrando na cultura empreendedora como uma forma de mostrar que há sempre novos empreendimentos a serem criados.

Desafio: O maior desafio foi criar um projeto do novo empreendimento, pois tivemos muitas ideias e acabamos cortando muitas delas até chegar na ideia de criar a Padaria Gourmet.

Cronograma das Ações: O trabalho foi dividido em tópicos deixando a livre escolha para os integrantes, onde diante de qualquer dificuldade os demais estariam de pronto apoio, assim como a interação no decorrer do grupo com os feedbacks de como estava o desenvolvimento de cada um.

Síntese das Ações: Nossa comunicação em grupo se deu através de um grupo de whatsapp, envolvendo a interação de a participação de todos os membros.

e. Aspectos positivos: Interação dos membros em muitas ideias para o projeto

f. Dificuldades encontradas: Encontrar uma ideia que realmente faria sentido realizar

g. Resultados atingidos: Fizemos um projeto que no mundo real daria certo se bem administrado

h. Sugestões / Outras observações

## 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200438	NOME ALEXSANDRO CARDOSO DOS SANTOS
RA 1012022100120	NOME ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
RA 1012022200771	NOME EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
RA 1012022101270	NOME MATHEUS FRANCISCO

RA 1012023100267	NOME RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA
------------------	-----------------------------------

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> CIÊNCIAS CONTÁBEIS
<b>MÓDULO:</b> PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> DANILO MORAIS DOVAL E LUIZ FERNANDO PANCINI
<b>ESTUDANTE:</b> EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SEGUNDO TRIMESTRE 2023

8. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Este projeto integrado teve como base a administração estratégica e a gestão empreendedora, onde tivemos a oportunidade de colocar de forma clara e objetiva um novo negócio, que seria a Padaria Spazio Dello Chefe, destacando as características de como seria gerir uma padaria desde de sua criação até como gerir fluxo de caixa e suas estratégias empresariais, adentrando na cultura empreendedora como uma forma de mostrar que há sempre novos empreendimentos a serem criados.</p>
<p>Desafio: O maior desafio foi criar um projeto do novo empreendimento, pois tivemos muitas ideias e acabamos cortando muitas delas até chegar na ideia de criar a Padaria Gourmet.</p>
<p>Cronograma das Ações: O trabalho foi dividido em tópicos deixando a livre escolha para os integrantes, onde diante de qualquer dificuldade os demais estariam de pronto apoio, assim como a interação no decorrer do grupo com os feedbacks de como estava o desenvolvimento de cada um.</p>
<p>Síntese das Ações: Nossa comunicação em grupo se deu através de um grupo de whatsapp, envolvendo a interação de a participação de todos os membros.</p>
<p>i. Aspectos positivos: Interação dos membros em muitas ideias para o projeto</p>

j. Dificuldades encontradas: Encontrar uma ideia que realmente faria sentido realizar

k. Resultados atingidos: Fizemos um projeto que no mundo real daria certo se bem administrado

l. Sugestões / Outras observações

### 9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200438	NOME ALEXSANDRO CARDOSO DOS SANTOS
RA 1012022100120	NOME ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
RA 1012022200771	NOME EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
RA 1012022101270	NOME MATHEUS FRANCISCO
RA 1012023100267	NOME RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**CURSO:** MARKETING

**MÓDULO:** PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** DANILO MORAIS DOVAL E LUIZ FERNANDO PANCINI

**ESTUDANTE:** MATHEUS FRANCISCO

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** SEGUNDO TRIMESTRE 2023

### 11. DESENVOLVIMENTO



Contextualização: Este projeto integrado teve como base a administração estratégica e a gestão empreendedora, onde tivemos a oportunidade de colocar de forma clara e objetiva um novo negócio, que seria a Padaria Spazio Dello Chefe, destacando as características de como seria gerir uma padaria desde de sua criação até como gerir fluxo de caixa e suas estratégias empresariais, adentrando na cultura empreendedora como uma forma de mostrar que há sempre novos empreendimentos a serem criados.

Desafio: O maior desafio foi criar um projeto do novo empreendimento, pois tivemos muitas ideias e acabamos cortando muitas delas até chegar na ideia de criar a Padaria Gourmet.

Cronograma das Ações: O trabalho foi dividido em tópicos deixando a livre escolha para os integrantes, onde diante de qualquer dificuldade os demais estariam de pronto apoio, assim como a interação no decorrer do grupo com os feedbacks de como estava o desenvolvimento de cada um.

Síntese das Ações: Nossa comunicação em grupo se deu através de um grupo de whatsapp, envolvendo a interação de a participação de todos os membros.

m. Aspectos positivos: Interação dos membros em muitas ideias para o projeto

n. Dificuldades encontradas: Encontrar uma ideia que realmente faria sentido realizar

o. Resultados atingidos: Fizemos um projeto que no mundo real daria certo se bem administrado

p. Sugestões / Outras observações

## 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200438	NOME ALEXSANDRO CARDOSO DOS SANTOS
RA 1012022100120	NOME ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
RA 1012022200771	NOME EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
RA 1012022101270	NOME MATHEUS FRANCISCO

RA 1012023100267	NOME RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA
------------------	-----------------------------------

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> CIÊNCIAS CONTÁBEIS
<b>MÓDULO:</b> PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> DANILO MORAIS DOVAL E LUIZ FERNANDO PANCINI
<b>ESTUDANTE:</b> RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SEGUNDO TRIMESTRE 2023

<b>14. DESENVOLVIMENTO</b>
<p>Contextualização: Este projeto integrado teve como base a administração estratégica e a gestão empreendedora, onde tivemos a oportunidade de colocar de forma clara e objetiva um novo negócio, que seria a Padaria Spazio Dello Chefe, destacando as características de como seria gerir uma padaria desde de sua criação até como gerir fluxo de caixa e suas estratégias empresariais, adentrando na cultura empreendedora como uma forma de mostrar que há sempre novos empreendimentos a serem criados.</p>
<p>Desafio: O maior desafio foi criar um projeto do novo empreendimento, pois tivemos muitas ideias e acabamos cortando muitas delas até chegar na ideia de criar a Padaria Gourmet.</p>
<p>Cronograma das Ações: O trabalho foi dividido em tópicos deixando a livre escolha para os integrantes, onde diante de qualquer dificuldade os demais estariam de pronto apoio, assim como a interação no decorrer do grupo com os feedbacks de como estava o desenvolvimento de cada um.</p>
<p>Síntese das Ações: Nossa comunicação em grupo se deu através de um grupo de whatsapp, envolvendo a interação de a participação de todos os membros.</p>
<p>q. Aspectos positivos: Interação dos membros em muitas ideias para o projeto</p>

r. Dificuldades encontradas: encontradas: Encontrar uma ideia que realmente faria sentido realizar

s. Resultados atingidos: Fizemos um projeto que no mundo real daria certo se bem administrado

t. Sugestões / Outras observações

### 15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200438	NOME ALEXSANDRO CARDOSO DOS SANTOS
RA 1012022100120	NOME ALINE ANGÉLICA DE CARVALHO
RA 1012022200771	NOME EDUARDO DAUCY SIQUEIRA
RA 1012022101270	NOME MATHEUS FRANCISCO
RA 1012023100267	NOME RAFAELLA LOUISE SILVA VIEIRA