



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
VITRINE GOURMET

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Ciências Contábeis

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

VITRINE GOURMET

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Caroline Cristina de Souza Palagano, RA
1012022100475

Edgar Yuri Yoshida, RA 1012022100459

Maria Laura Demarche Corsini, RA

1012022100238

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	8
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	11
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	12
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	15
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	17
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	18
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	22
4. CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	27
ANEXOS	29
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	30

1. INTRODUÇÃO

Inicialmente, a equipe fez um brainstorming, que tem como significado, chuva de ideias, apresentando assim as ideias de cada integrante do grupo e chegando no empreendimento mais interessante para este projeto integrado.

Neste trabalho abordamos vários temas que são muito importantes, dentre eles, o perfil do empreendedor, os objetivos organizacionais e as estratégias empresariais.

Será abordado sobre o novo empreendimento que propusemos a constituir, onde realizamos análises de mercado, procurando a melhor forma de inserir nossa empresa no meio em que desejamos.

Serão apresentadas também diversas questões sobre administração estratégica e gestão empreendedora, dando destaque a apresentação da abertura de uma nova empresa, a fim de mostrar situações que condizem com a realidade de uma organização e sanar dúvidas em como criar e abrir uma empresa. Tendo em vista os temas abordados, este trabalho tem como objetivo uma breve reflexão e explicação sobre a responsabilidade que nós gestores teremos ao começar uma empresa do zero.

Os conteúdos foram organizados em 11 tópicos, tendo inicialmente a descrição da empresa (doceria) mencionada acima para que seja possível ter uma base para relacionar os temas seguintes, dando início à leitura, o tópico **3.1 (gestão empreendedora)** e seus subtópicos, que abordam justamente a descrição e a importância para o nosso novo negócio profissional.

O trabalho segue com o tópico **3.2 (administração estratégica)** e seus subtópicos que irão abordar sobre o planejamento estratégico da doceria, no qual a base é missão, visão e valores.

Chegando no tópico **3.3 (conteúdo da formação para vida: pensando estrategicamente)** e seus subtópicos é onde apresentamos na prática, em forma de vídeo, tudo sobre a matriz swot, ou então, matriz fofa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa se enquadra no setor alimentício, que é um segmento que está em alta e a tendência é só melhorar e aumentar, por isso o grupo optou por empreender no ramo de alimentos, com o foco em doces artesanais.

O nome escolhido para a doceria foi Vitrine Gourmet, pois traz exatamente aquilo que desejamos transmitir, que é a transparência representada pela vitrine e como nossos doces são gourmet, pensamos em usar para nosso nome. Juntamente com isso pensamos em um logotipo que possa ser a “cara” da empresa, onde unimos as cores utilizadas internamente e externamente para fazer um logo criativo. Deixaremos este logo anexado ao decorrer do projeto.

A Vitrine Gourmet terá como atividade principal a fabricação manual de doces saudáveis e doces gourmet. Os doces serão preparados pela equipe de produção e contará com um diferencial muito interessante no atendimento das mesas, onde robôs anotam os pedidos, tendo uma interação com os clientes, e automaticamente o pedido é enviado para a cozinha, para que sejam produzidos, caso não tenha na vitrine.

Por mais que a doceria venda os doces tradicionais, a empresa tem como foco também os doces saudáveis, pois a procura por estes alimentos tem crescido bastante em todo o mundo. A Vitrine Gourmet terá dois tipos de público alvo, sendo eles, o público

que busca por doces, sobremesas, bolos e que não tem problemas com a ingestão de açúcar e o público que procura um docinho porém não quer sair da dieta.

A linha de doces tradicionais contará com uma grande variedade de bolos, tanto inteiros quanto em pedaços, brigadeiros, tortas de vários sabores, mousses, copos da felicidade, brownies, sonhos, bombons e não importa a época do ano, sempre terão ovos de páscoa e chocotones na nossa vitrine, ou então, o cliente poderá fazer sua encomenda com antecedência. Já na linha de doces saudáveis, a Vitrine Gourmet terá diversas opções de doces super saudáveis, como sorvete de banana, mousse de abacate com cacau, mousse de manga, brigadeiro fit, picolés de vários sabores, brownie de cacau, torta de cacau com abacate, gelatina diet com frutas, pipoca doce fit, torta de maçã, cupcake fit, entre outros.

O local escolhido para a empresa foi o centro da cidade de São Paulo, na Rua São Lucas, nº 556, justamente por ser um local onde circulam grande quantidade de pessoas diariamente, tanto pessoas que estão indo e voltando do trabalho, academia, ou estão só passando por lá mesmo. E como a doceria ficará aberta nos sábados e domingos, poderemos reter ainda mais clientes enquanto os concorrentes estiverem fechados. Quando estávamos escolhendo a localização, identificamos alguns concorrentes durante a análise, sendo eles Luciana Bolos e doces, J.P. Doceria Artesanal e Bancada dos Doces, que ficam nas imediações, porém temos 2 diferenciais, que são o atendimento por robôs programados, e como já foi mencionado acima, funcionaremos todos os dias, inclusive sábados e domingos das 8:00 até 21:00.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A proposta para o novo negócio consiste em criar uma doceria, cujo nome será Vitrine Gourmet. O local escolhido para ser a sede da empresa foi na Rua São Lucas, nº 556 Centro de São Paulo, justamente por ser um local de fácil acesso, e muito movimentado, principalmente nos finais de semana, dando assim mais visibilidade para a empresa e podendo captar o maior número possível de clientes.

O negócio será administrado por 3 sócios, todos formados em ciências contábeis pela Unifeob - Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos, visando colocar em prática tudo o que foi aprendido durante os anos de estudo, gerir pessoas, recrutar colaboradores, criar estratégias de vendas e focar nos resultados a serem alcançados.

A Vitrine Gourmet foi pensada para um público misto, com foco em doces artesanais que dispõe da linha de doces tradicionais gourmet e doces saudáveis, doces estes que foram pensados especialmente para pessoas que querem se deliciar com um docinho mas não pretendem sair da dieta, ou até mesmo por questões de saúde, como por exemplo pessoas com diabetes.

Pessoas de diversas classes sociais poderão frequentar a doceria, pois os preços serão super acessíveis, os produtos de ótima qualidade, e sempre terão promoções no decorrer da semana para que todos possam ter a experiência de saborear nossos deliciosos doces artesanais que serão feitos com muito amor pelos confeitores.

A estrutura da nossa doceria contará com uma fachada toda trabalhada em tons de rosa bebê e marrom claro, e o interior da doceria será mesclado de rosa e branco, tendo

em algumas das paredes pinturas de cupcakes, picolés e brigadeiros, podendo ser um local muito aconchegante e bonito para os clientes tirarem muitas fotos. A confeitaria terá uma grande vitrine onde os doces ficarão expostos, e aproveitando para captar mais clientes, teremos uma estufa com alguns tipos de salgado, porém estes não serão fabricados por nós, até porque não é nosso foco. Teremos uma geladeira com refrigerantes e faremos sucos naturais de vários sabores, sendo estes, feitos na hora e do jeitinho que o cliente preferir, com ou sem gelo, com ou sem açúcar, com adicionais ou não.

Toda a equipe será especializada em doces, sendo composta por 8 confeitários chefe, e 10 ajudantes de cozinha, e a equipe contará até com alguns confeitários estrangeiros para trazer suas técnicas para nossa doceria. O nosso maior diferencial será no atendimento das mesas, onde robôs programados para coletar os pedidos atenderão os clientes de forma muito eficaz. Ainda sobre o interior da Vitrine Gourmet, teremos em torno de 6 mesas que suportam 4 pessoas, 8 mesas que suportam 2 pessoas, 6 banquetas perto do balcão, e ainda algumas poltronas almofadadas e pufes mais afastados das mesas para quem prefere ficar em um local mais tranquilo. Teremos 2 televisões dentro da doceria, onde serão transmitidos clipes o tempo todo, porém com uma altura ambiente, uma tv no local onde ficarão as mesas, e outra onde ficarão os pufes e poltronas, pois como o local será grande, o som de uma não atrapalhará a outra.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

É a soma das nossas atitudes e características que nos ajudam na trajetória profissional. Somos pessoas com habilidades de avaliar oportunidades no mercado. Buscamos recursos e organizamos equipes para buscar essas oportunidades.

Principais competências que devemos ter como gestores:

- Pensar na nossa relação com as pessoas.
- Aprender sobre o setor.
- Determinação e Resiliência.
- Testar as receitas.
- Escolher máquinas e fornecedores.
- Pesquisar a concorrência.
- Focar na divulgação da doceria.
- Profissionalizar as vendas.

O perfil desejado para o empreendedor que deseja atuar no ramo de doces, que no caso é ramo da empresa proposta neste trabalho, é que ele esteja sempre ambientado com as questões relacionadas às possíveis mudanças de cenário e esteja sempre preparado para lidar com as crises econômicas. Deve ser muito paciente, sempre buscar cursos e novas técnicas para poder treinar melhor sua equipe.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Visando o sucesso da Vitrine Gourmet, as fontes de capital vieram de recursos próprios, na qual cada um dos três sócios injetaram o capital de R\$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), totalizando R\$450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) de investimento inicial para o funcionamento da empresa. Foram analisados os seguintes aspectos:

Local físico: Aluguel e taxas de seguro e impostos relacionados ao imóvel.

Reformas e decoração: Custos de reforma ou adaptação do espaço; mobiliário e equipamentos para a cozinha e a área de atendimento ao cliente; decoração do ambiente,

Licenças e regulamentações: Taxas para obtenção de licenças e permissões, como alvará sanitário, licença de funcionamento, entre outros; conformidade com as regulamentações de saúde e segurança alimentar.

Estoque e ingredientes: Custos para adquirir ingredientes, produtos e utensílios de cozinha; embalagens e materiais de apresentação dos produtos.

Marketing e publicidade: Investimentos em marketing digital, como criação de um website, mídias sociais, anúncios pagos etc; materiais promocionais, como cartões de visita, panfletos, brindes.

Pessoal: Salários e encargos trabalhistas para contratação de funcionários; treinamento da equipe.

Custos operacionais: Energia elétrica, água e internet; Manutenção e limpeza do espaço; custos de operação da cozinha, como gás e utensílios descartáveis.

Sem dúvidas, para a abertura de uma doceria que visa inovar em seus produtos, o local, o maquinário de qualidade e o estoque de ingredientes são essenciais, para tanto, boa quantidade do investimento foram direcionados para essas questões

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Fazendo análises de mercado, a equipe pôde perceber que não existem muitas empresas no ramo de doces aqui no Brasil que tem integração de robôs com os clientes e funcionários, então resolvemos juntar a nossa ideia inicial que era uma doceria comum, com essa ideia fantástica de implementar os robôs no atendimento das mesas.

A proposta é criar uma doceria que venda, doces para variados públicos, inclusive doces saudáveis, pois percebemos que a procura por doces sem adição de açúcar tem aumentado bastante nos últimos anos e a maioria das pessoas não sabem fazer em casa, ou então não tem tempo para fazer algo nutritivo, até mesmo pela correria do dia a dia, então acabam comendo mal por isso. A doceria atenderá clientes de todas as idades, pois teremos preços acessíveis para todos os públicos, trabalharemos com doces simples e classificados como baratos, e doces finos classificados como caros.

A empresa se localiza no Centro da cidade de São Paulo, Rua São Lucas, nº 556, lugar muito movimentado, principalmente nos finais de semana, isso nos ajudou muito para optarmos por este ponto comercial. Identificamos 3 concorrentes nas redondezas, sendo eles, Luciana Bolos e doces, J.P. Doceria Artesanal e Bancada dos Doces, porém temos 2 diferenciais que nenhuma outra tem, que são o atendimento por robôs programados, e o nosso horário de funcionamento que será todos os dias, inclusive sábados e domingos das 8:00 até 21:00.

A equipe será composta por 8 confeitores chefe, 10 ajudantes de cozinha, e a equipe contará até com alguns confeitores estrangeiros para trazer suas técnicas para nossa doceria. No interior da Vitrine Gourmet, teremos em torno de 6 mesas que suportam 4 pessoas, 8 mesas que suportam 2 pessoas, 6 banquetas perto do balcão, e ainda algumas poltronas almofadadas e pufes mais afastados das mesas para quem prefere ficar em um local mais tranquilo e os cardápios ficarão dispostos em todas as mesas, para que o cliente possa escolher com calma o que irá comer e quando solicitar o atendimento já esteja com o pedido em mente. O interior da Vitrine Gourmet será sem

degraus, justamente para possibilitar o trânsito dos robôs dentro da loja, pois eles não têm a capacidade de subir e descer degraus.

O nome do nosso negócio é Vitrine Gourmet, até porque tem tudo a ver com o empreendimento. Iremos deixar o logotipo criado por nós, sócios, no decorrer do projeto, para mostrar como ele condiz com tudo que a nossa doceria quer oferecer para nossos clientes. O logotipo será em tons claros de marrom, para combinar com a fachada e com a pintura interna e externa, que será em tons marrons, rosa claro e branco, trazendo um ar de tranquilidade e confiança, que é o que queremos transmitir para os nossos clientes. Criamos também um slogan que combina muito com tudo o que o empreendimento quer transmitir, que é: Vitrine Gourmet, confeitando os melhores momentos da sua vida.

A estratégia de divulgação será bem ampla, queremos que a nossa marca alcance muitas pessoas, então, investiremos fortemente em propagandas nas redes sociais, criando a nossa página comercial que será administrada por um especialista em marketing, onde sempre terão postagens sobre nosso espaço, sobre as promoções semanais, e será divulgado também nas rádios de toda São Paulo e em carros de som. Optamos por não fazer divulgação em folhetos justamente para não contribuir com o desmatamento das árvores e poluição das ruas.

O atendimento com robôs, que será o nosso maior diferencial, contará com 10 robôs que serão programados para atender as mesas. O sistema funcionará a partir de uma campanha que terá nas mesas, e ao serem acionadas, automaticamente o robô que estiver disponível vai até ela para coletar o pedido, o cliente irá falar o que deseja, e quando terminar o robô irá repetir para que o cliente confirme se está correto, e logo em seguida saindo da mesa com o pedido coletado ele vai até o balcão secundário para validar o pedido e assim ser enviado de forma digital para a cozinha, onde o pedido será projetado em uma tela para que os confeitadores consigam visualizar, e nesse momento eles irão produzir ou então se já estiver pronto, o funcionário responsável, coloca o pedido em cima do robô e ele leva até a mesa que solicitou. A ideia é reduzir o contato entre cliente e funcionário, pois isso evita muitas discussões entre as pessoas nestes ambientes, e otimizar o atendimento.

Para a concretização do negócio, será necessária a formalização da empresa e a aquisição de equipamentos e utensílios. Todos os produtos e materiais serão de primeira linha, tendo como público alvo pessoas que querem uma vida mais saudável, atletas, diabéticos e pessoas que apenas buscam apreciar o sabor de um verdadeiro gourmet.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica é o campo onde vamos efetuar o planejamento estratégico da doceria, tendo como base sua missão, visão e valores. Neste campo são estabelecidos conjunto de opções e valores determinados pelos líderes da doceria, para que a organização possa ter um bom desenvolvimento a longo prazo.

Através das estratégias estabelecemos metas, objetivos, plano de ação e também antecipa problemas que podem ocorrer durante o processo, diminuindo os riscos para nossa doceria. É estarmos preparados para enfrentar e vencer desafios, enxergar ameaças e oportunidades que ainda não existem.

A administração estratégica é um processo contínuo devido a mudanças constantes que ocorrem, por isso devemos estar em constante movimentação de resultados e a partir disso fazermos as adaptações necessárias.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é como nós pretendemos alcançar nossos objetivos na administração estratégica, é fundamental também para nós que queremos alcançar o sucesso empresarial, sobrevivendo às mudanças constantes do mercado.

Para nós que estamos iniciando a empresa agora, definir a estratégia que vamos trilhar no mercado fará uma grande diferença, pois conhecer nossas limitações para operação, falhas podem ser evitadas, alcançando resultados mais consistentes. Antes de começarmos a implementação, é preciso criar nosso planejamento estratégico. O plano de implementação vai determinar as etapas que a nossa equipe vai precisar seguir para alcançar nossos objetivos na vitrine gourmet. E devemos incluir estas etapas:

- Definir as metas
- Fazer a pesquisa necessária.
- Mapear possíveis riscos.
- Estipular todos os marcos.
- Atribuir tarefas.
- Destinar recursos auxiliares.

Com o plano estratégico definido, é hora de colocarmos a mão na massa e fazer com que o negócio dê certo.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Quando se fala do surgimento de uma empresa, é impossível não pensar no mínimo em um dos elementos fundamentais da identidade de uma empresa, que consistem em missão, valor e visão que a empresa propõe para a sociedade.

Muitas vezes para uma empresa nova, não foi pensado especificamente nesses elementos em sua criação, mas eles sempre estiveram presentes, basta pensarmos nas definições de cada um deles:

A missão: A missão se resume na razão da existência da empresa, seu propósito central, o que ela está almejando. Poderíamos definir a missão como a resposta de uma simples pergunta: "Por que a empresa existe?".

Claro, quando falamos na missão, se refere ao o que irá oferecer aos seus clientes, e o modo em como ela aplica e trabalha sua missão é seu diferencial no mercado concorrente, cabe à organização da empresa estabelecer uma missão que seja clara e inspiradora, algo que traga direção a todos envolvidos na organização e seus clientes

Exemplos de missões de algumas empresas:

Leo Dolci - Missão: “Fornecer produtos e serviços de altíssima qualidade para proporcionar aos nossos clientes momentos especiais, de alegria e bem-estar.”

Casa de Bolos - Missão: “Oferecer às pessoas produtos de qualidade, que garantam sua satisfação, agregando sabor e valor às suas vidas, trazendo à lembrança as coisas que são realmente importantes.”

A visão: Se trata de como a empresa se enxerga a longo prazo, o que ela almeja conquistar no futuro, as vezes é semelhante aos objetivos e metas da empresa, contudo a visão traz uma perspectiva ideal, claro, deve buscar ser realista, mas seu princípio é ser uma visão ambiciosa, inspiradora, algo que instigue seus colaboradores a adotar, vivenciar e servir de motivação aos seus colaboradores.

Exemplos de visões adotadas por algumas empresas:

Leo Dolci - Visão: “Viver e trabalhar em plena consciência. Sonhar, inspirar e atuar como agente de mudança para fazer as pessoas e o mundo melhores.”

Casa de Bolos - Visão: “Ser referência em bolos caseiros; Ser exemplo em condutas e processos; Ser inspiração para o resgate de valores, construindo pontes entre as pessoas.”

Os valores: Representam as crenças e princípios seguidos pela organização, define a cultura e a ética aplicada no ambiente corporativo. É essencial que a empresa consiga comunicar claramente seus valores para que seja possível ser efetivamente incorporada nas práticas diárias pelos seus colaboradores.

Exemplos de valores adotados por algumas empresas:

Leo Dolci - Valores: Respeito aos colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros em geral..

Casa de Bolos - Valores: Simplicidade: Optar pelo simples é escolher um caminho para a felicidade; Família: A razão do nosso sucesso; Humildade: Crescer sem perder a essência.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A Vitrine Gourmet traz inovação em sua criação, a nossa missão é trazer uma experiência única para cada indivíduo, tendo um vasto e diverso cardápio, conseguimos

trazer essa experiência para todos, transformando cada pedaço dos nossos doces em muito mais do que apenas um alimento, transformando-os em algo inesquecível, uma refeição única que é encontrada com nossos serviços.

Nossa visão é mostrar que é possível a conciliação de um atendimento robotizado com doces artesanais, demonstrando que a qualidade, a interação e a experiência mantêm sua excelência em todos aspectos, ser o diferencial desde o atendimento até a satisfação do consumidor é o nosso objetivo. Temos como meta também expandir nosso negócio a nível nacional.

Os valores adotados pela Vitrine Gourmet são voltados para a experiência do consumidor, a conciliação de um atendimento rápido e eficaz por robôs e a produção de doces gourmet artesanais feitos sob medida e especialmente para você, tornando inesquecível a visita à nossa casa, afinal, nossa crença é de clientes satisfeitos com a excelência de nossos serviços, que é feito com muito amor e carinho.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Esta parte do Projeto Integrado será abordado tópicos relacionados a administração empresarial, dando destaque para o desenvolvimento pessoal e sua importância, no qual o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

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

A busca pelo autoconhecimento é algo estudado desde o início, conhecer a si mesmo te permite reconhecer seus limites, habilidades, capacidades e erros. A busca pelo autoconhecimento é algo feito constantemente, afinal, estamos sempre em constante mudança. Pode parecer algo simples, mas é algo trabalhoso, pois é necessário saber reconhecer seus erros e aprender com eles, saber absorver críticas e reconhecer se são válidas ou não para que possa se aprimorar.

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

Para quem almeja trilhar um caminho concreto deve saber por onde está indo, o planejamento de seus planos, uma tomada de decisões certa o torna focado em seus objetivos, onde cada vez mais permite que as coisas não fujam de seus planos, possibilitando que olhe diretamente para seus objetivos estabelecidos.

O foco é essencial independente de quem seja, mas no caso de um empreendedor se torna algo ainda mais delicado, afinal, se trata de sua empresa, de sua administração, a responsabilidade de focar no melhor para a organização não é uma tarefa fácil.

No mercado não é possível aceitar qualquer coisa que vier, é necessário saber tomar as decisões corretas e nos momentos certos, deve-se ter foco nos resultados, reconhecer se sua administração está fluindo para o caminho certo ou precisa se planejar e focar em outro método.

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

Se trata de uma adaptação da frase de Thomas Edison: “*Genialidade é 1% inspiração e 99% transpiração.*”. Essa frase traz consigo a reflexão de que tanto a genialidade, o sucesso ou qualquer outra característica não depende de habilidades ou talentos inatos, se trata do seu esforço e dedicação ao longo do tempo, a inspiração é o que motiva o ponto de início, contudo é a determinação e comprometimento que traz os resultados.

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

Frase clássica da administração moderna, sugere que é necessário medir e monitorar adequadamente os elementos relevantes de um processo ou sistema para que possam ser gerenciados de forma eficaz.

Ao medir e obter informações sobre determinados aspectos de um negócio, projeto ou atividade, é possível ter uma visão clara do desempenho, identificar pontos fortes e fracos, tomar decisões embasadas em dados e implementar melhorias.

Para uma empresa, essa gestão é algo crucial, no entanto, é importante ter em mente que nem tudo pode ser facilmente quantificável ou medido de forma direta. Existem aspectos intangíveis, como a satisfação dos clientes, a qualidade das relações interpessoais ou a cultura organizacional, que são importantes para o sucesso de uma organização, mas podem ser mais desafiadores de medir.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Optamos por fazer um pequeno vídeo, onde abordamos tudo sobre a Matriz Swot, ou então como algumas pessoas a chamam, Matriz Fofa, falando sobre o negócio como um todo, numa visão geral, internamente e externamente.

Trouxemos neste vídeo, informações sobre a estrutura da Matriz Swot, sua definição, origem e abordamos também sobre como fazer uso dessa ferramenta tanto na vida pessoal quanto dentro das organizações, pois é muito importante aplicá-la corretamente para se ter uma

visão mais ampla do que se pode mudar, em que áreas pode-se investir, onde deve-se tomar mais cuidado com relação à parte interna e externa.

Abaixo, deixamos o link para acessar o vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=MEawvzZ2lj4>

4. CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos as condições para abrir um empreendimento visionário, onde falamos sobre a gestão empreendedora de um modo geral, falamos também sobre os perfis dos empreendedores com foco nos atributos que necessitam ter os empreendedores do ramo de doceria, as fontes de capital, onde optamos por injetar dinheiro próprio para a constituição do negócio.

O projeto colocaria em prática várias formas diferentes de reter clientes e divulgar nossos produtos por toda a redondeza, utilizando diferentes meios de comunicação, sendo eles, rádio, folhetos, outdoors e redes sociais, visando sempre atrair o público alvo para conhecer o que oferecemos de melhor. Com o tempo as vendas seriam alavancadas, pois seriam utilizados todos os meios de comunicação possíveis, mostrando para o público que nossos produtos são feitos com muito amor, carinho e higiene, e assim conseguindo fidelizar mais clientes.

Os produtos fitness se encontram em crescimento no mercado, pois a prática de consumir coisas saudáveis está aumentando cada vez mais. Já nossos bolos e doces

gourmet se encontram em maturidade, pois já existem muitas empresas que comercializam esse tipo de produto.

Com relação ao nosso atendimento, durante as pesquisas, percebemos que nos países mais desenvolvidos é bem mais comum este tipo de relação entre robôs e clientes, já no Brasil não é tão visto, então isso será um grande diferencial com relação a concorrência, pois onde a empresa será instalada não tem nenhuma outra parecida.

Através das análises a empresa pode se considerar rentável, e sendo um investimento financeiramente sólido, pois apesar dos riscos, o investimento neste projeto traz segurança em vários aspectos.

No decorrer do trabalho, abordamos também a matriz swot, onde podemos analisar amplamente os fatores internos e externos de modo geral, sendo eles: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. A análise swot não necessariamente deve ser feita só no meio corporativo, mas também pode ser aplicada na vida pessoal de qualquer indivíduo, ou seja, no cotidiano de quem pretende observar os pontos citados acima. E para retratar bem tudo o que estudamos sobre a matriz swot, gravamos um pequeno vídeo que foi disponibilizado ao longo do projeto, onde cada integrante se responsabiliza por um tópico específico sobre a matriz.

O slogan da empresa também diz muito sobre o que queremos transmitir para o público, “Vitrine Gourmet, confeitando os melhores momentos da sua vida”, queremos trazer confiança, amor, eficiência e tudo isso será retratado não somente no slogan, mas também no logotipo, nas produções, no ambiente, na fachada, no atendimento, colocando em evidência nossa missão, visão e valores.

Com a proposta bem estruturada, chega-se à conclusão de que a Vitrine Gourmet seria um empreendimento viável para ser colocado em prática na cidade de São Paulo, pois melhoraria a qualidade de vida dos clientes que optarem pela linha fitness, e traria novas experiências gastronômicas para os demais clientes, e o ambiente interno também será muito aconchegante, entregando para os clientes tudo o que é proposto.

REFERÊNCIAS

Missão, Visão e Valores de uma Organização - Certificação ISO. Disponível em:

<https://certificacaoiso.com.br/missao-visao-valores/#:~:text=Google%3A,%2C%20%3%A9tica%2C%20transpar%3%Aancia%2C%20responsabilidade.>

Acesso realizado em 04/06/2023.

Missão, Visão e Valores. Disponível em:

<https://www.leodolci.com.br/sobre-nos/missao-visao-e-valores>

Acesso realizado em 10/06/2023

Autoconhecimento. Disponível em:

<https://www.uniacademia.edu.br/blog/o-que-e-autoconhecimento#:~:text=O%20a%20conhecimento%2C%20como%20a%20pr%3%B3pria,os%20sentimentos%20vivenciados%20por%20ela.>

Acesso realizado em 04/06/2023.

O que não é medido, não é gerenciado. Disponível em:

<https://lopesgoncales.com.br/o-que-nao-e-medido-nao-pode-ser-gerenciado-2/#:~:text=A%20c%3%A9lebre%20frase%20que%20intitula,%3%A0%20administra%3%A7%3%A3o%20de%20passivo%20tribut%3%A1rio.>

Acesso realizado em 04/06/2023.

O que não é medido, não é gerenciado 2. Disponível em:

<https://www.auditefacil.com.br/blog/como-auditar-controlar-e-gerenciar-processo/#:~:text=Considerado%20o%20pai%20da%20administra%C3%A7%C3%A3o,%2C%20pode%20ser%20melhorado.%E2%80%9D>.

Acesso realizado em 04/06/2023.

ANEXOS

Este é o logotipo que a equipe desenvolveu para a empresa que criamos. Procuramos retratar nele toda a identidade da empresa, tudo o que ela entrega de melhor para os clientes que confiam no nosso trabalho.



RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório de Autoavaliação
CURSO: Ciências contábeis
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: CAROLINE CRISTINA DE SOUZA PALAGANO
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 3º Semestre do curso de Ciências Contábeis (2º Trimestre de 2023).

2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: A proposta para este Projeto Integrado era de criar um novo empreendimento, então a equipe resolveu criar uma doceria, intitulada de Vitrine Gourmet, onde temos alguns diferenciais das docerias comuns, e um deles é a inclusão de robôs nos atendimentos presenciais.

Desafio: Os desafios encontrados no decorrer do trabalho foram no momento de organizar as ideias, pois como o próprio nome já diz, brainstorm, chuva de ideias, ou seja, são muitos palpites e empolgação, então o maior desafio é esse, organizar as ideias dentro do projeto em si.

Cronograma das Ações: Cada membro do grupo escolheu os tópicos em que tinha mais interesse e disponibilidade para falar sobre, e assim no decorrer dos dias conforme a disposição de cada um, fomos entrando no arquivo e colocando cada um sua parte, e também lendo e dando opiniões nas partes dos outros participantes, pois é um trabalho em conjunto e ninguém está sozinho.

Síntese das Ações: Pelo nosso grupo de whatsapp, fizemos a divisão dos tópicos entre os integrantes do grupo e ao decorrer dos dias fomos desenvolvendo o trabalho e tirando dúvidas, se ajudado, orientando uns aos outros por mensagens e áudios para entregar o trabalho da melhor maneira possível dentro do prazo estipulado.

a. Aspectos positivos - Achei muito interessante este formato de P.I. onde podemos criar de modo geral todas as questões relacionadas a empresa que desenvolvemos, isso desperta um lado empreendedor que todos nós temos, mas que às vezes fica camuflado, esse projeto despertou muito a minha criatividade.

b. Dificuldades encontradas - As dificuldade que encontramos foram na hora de colocar “no papel” as ideias que tivemos, pois como pensamos em muitas coisas, na hora da organização das ideias acabamos ficando um pouco perdidos.

c. Resultados atingidos - Atingimos um bom resultado, entregando um trabalho bem feito e com várias ideias boas que podem até ser colocadas em prática na vida real.

d. Sugestões / Outras observações - O trabalho dispõe de várias ideias muito criativas e que as pessoas podem extrair dele outros pensamentos inovadores para negócios já existentes e que precisam de um diferencial. Espero que o grupo atinja a nota máxima e caso não aconteça, que nos deem um feedback para evoluirmos nos próximos trabalhos.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022100475	NOME CAROLINE CRISTINA DE SOUZA PALAGANO
RA 1012022100238	NOME MARIA LAURA CORSINI
RA 1012022100459	NOME EDGAR YURI YOSHIDA

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório de autoavaliação
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: Maria Laura Demarche Corsini
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 3 Semestre do curso de Ciências Contábeis (2º Trimestre de 2023).

5. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: A proposta para este Projeto Integrado era de criar um novo empreendimento, então a equipe resolveu criar uma doceria, intitulada de Vitrine Gourmet, onde temos alguns diferenciais das docerias comuns, e um deles é a inclusão de robôs nos atendimentos presenciais.
Desafio: Os desafios encontrados no decorrer do trabalho foram no momento de organizar as ideias, pois como o próprio nome já diz, brainstorm, chuva de ideias, ou seja, são muitos palpites e empolgação, então o maior desafio é esse, organizar as ideias dentro do projeto em si.
Cronograma das Ações: Cada membro do grupo escolheu os tópicos em que tinha mais interesse e disponibilidade para falar sobre, e assim no decorrer dos dias conforme a disposição de cada um, fomos entrando no arquivo e colocando cada um sua parte, e também lendo e dando opiniões nas partes dos outros participantes, pois é um trabalho em conjunto e ninguém está sozinho.
Síntese das Ações: Pelo nosso grupo de whatsapp, fizemos a divisão dos tópicos entre os integrantes do grupo e ao decorrer dos dias fomos desenvolvendo o trabalho e tirando dúvidas, se ajudado, orientando uns aos outros por mensagens e áudios para entregar o trabalho da melhor maneira possível dentro do prazo estipulado.
e. Aspectos positivos - Achei muito interessante este formato de P.I. onde podemos criar de modo geral todas as questões relacionadas a empresa que desenvolvemos, isso desperta um lado empreendedor que todos nós temos, mas que às vezes fica camuflado, esse projeto despertou muito a minha criatividade.

f. Dificuldades encontradas - As dificuldade que encontramos foram na hora de colocar “no papel” as ideias que tivemos, pois como pensamos em muitas coisas, na hora da organização das ideias acabamos ficando um pouco perdidos.	
g. Resultados atingidos - Atingimos um bom resultado, entregando um trabalho bem feito e com várias ideias boas que podem até ser colocadas em prática na vida real.	
h. Sugestões / Outras observações - O trabalho dispõe de várias ideias muito criativas e que as pessoas podem extrair dele outros pensamentos inovadores para negócios já existentes e que precisam de um diferencial. Espero que o grupo atinja a nota máxima e caso não aconteça, que nos deem um feedback para evoluirmos nos próximos trabalhos.	
6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA 1012022100238	NOME MARIA LAURA CORSINI
RA 1012022100475	NOME CAROLINE CRISTINA DE SOUZA PALAGANO
RA 1012022100459	NOME EDGAR YURI YOSHIDA
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório de autoavaliação
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: Brainstorming Empresarial
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. DANILO MORAIS DOVAL E PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: EDGAR YURI YOSHIDA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 3 Semestre do curso de Ciências Contábeis (2º Trimestre de 2023).

8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: A proposta para este Projeto Integrado era de criar um novo empreendimento, então a equipe resolveu criar uma doceria, intitulada de Vitrine Gourmet, onde temos alguns diferenciais das docerias comuns, e um deles é a inclusão de robôs nos atendimentos presenciais.

Desafio: O desafio imposto nesse Projeto Integrado foi ligado diretamente ao uso da criatividade, o fato de ter trabalhado a questão não apenas elaborar uma empresa, mas também diversos aspectos empresariais, como o perfil do empresário, as estratégias e valores de uma empresa.

Cronograma das Ações: Cada membro do grupo escolheu os tópicos em que tinha mais interesse e disponibilidade para falar sobre, e assim no decorrer dos dias conforme a disposição de cada um, fomos entrando no arquivo e colocando cada um sua parte, e também lendo e dando opiniões nas partes dos outros participantes, pois é um trabalho em conjunto e ninguém está sozinho.

Síntese das Ações: Pelo nosso grupo de whatsapp, fizemos a divisão dos tópicos entre os integrantes do grupo e ao decorrer dos dias fomos desenvolvendo o trabalho e tirando dúvidas, se ajudado, orientando uns aos outros por mensagens e áudios para entregar o trabalho da melhor maneira possível dentro do prazo estipulado.

i. Aspectos positivos: Justamente a proposta de um desafio que requer o uso de criatividade para elaborar a empresa, mas também reconhecer alguns outros aspectos que devemos nos atentar ao empreender, sendo os valores, visão e missão da empresa, perfil que deve-se ter como empreendedor, entre outros.

j. Dificuldades encontradas: O fator da elaboração de todo conteúdo se tornou uma adversidade, tópicos que necessitavam de uma comunicação mais clara entre os membros do grupo, uma vez que todos elaboraram suas partes tendo em mente o perfil da empresa criada.

k. Resultados atingidos: uma comunicação mais clara entre os membros do grupo e uma nova visão em meio ao mundo empresarial.

l. Sugestões / Outras observações: Obter um feedback a respeito do trabalho, pontos que poderiam ter sido mais trabalhados ou que estavam de acordo com o padrão requisitado.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022100459	NOME EDGAR YURI YOSHIDA
RA 1012022100238	NOME MARIA LAURA CORSINI
RA 1012022100475	NOME CAROLINE CRISTINA DE SOUZA PALAGANO

RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

11. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe
Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.
Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.
Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.
m. Aspectos positivos

n. Dificuldades encontradas	
o. Resultados atingidos	
p. Sugestões / Outras observações	
12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE	
RELATÓRIO:	
CURSO:	
MÓDULO:	
PROFESSOR RESPONSÁVEL:	
ESTUDANTE:	

PERÍODO DE REALIZAÇÃO:**14.DESENVOLVIMENTO**

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

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

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

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

q. Aspectos positivos

r. Dificuldades encontradas

s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME

RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME