



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CustomRoupa

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CustomRoupa

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Beatriz Chagas Leite, RA:1012022100235

Bianca Silva de Oliveira, RA:1012022100323

Bruna M. C. Vieira Ferreira, RA:1012022100465

Lucas Adair Matiello, RA: 1012022100205

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	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	9
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	17
4. CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20
ANEXOS	22
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	22

1. INTRODUÇÃO

A CustomRoupas é uma loja especializada em roupas e acessórios femininos, que tem como principal objetivo atender às necessidades e preferências das mulheres contemporâneas, oferecendo produtos de alta qualidade, estilo e personalidade. Com um mix diversificado de peças e um ambiente acolhedor, a CustomRoupas busca proporcionar uma experiência de compra única e satisfatória para seus clientes.

O mercado de moda feminina apresenta constantes transformações e tendências efêmeras, exigindo das empresas do ramo uma capacidade de adaptação e inovação. Nesse contexto, a CustomRoupas destaca-se por sua proposta de oferecer roupas e acessórios exclusivos, com um toque de personalização, permitindo que cada mulher expresse sua individualidade por meio do seu estilo.

Além disso, a CustomRoupas valoriza a qualidade em cada etapa de seu processo produtivo, desde a seleção dos tecidos até os acabamentos finais. A loja preza por parcerias com fornecedores confiáveis, que compartilham dos mesmos valores de excelência e comprometimento com a satisfação das clientes.

A experiência de compra na CustomRoupas vai além da aquisição de produtos. A loja oferece um atendimento especializado e personalizado, proporcionando um ambiente acolhedor e receptivo. As clientes são recebidas por uma equipe capacitada, pronta para auxiliar em suas escolhas e garantir que saiam satisfeitas com suas compras.

A CustomRoupas entende a importância do universo digital e está presente também no ambiente online, por meio de uma plataforma de e-commerce intuitiva e de fácil navegação. Dessa forma, a loja alcança um público ainda maior, permitindo que seus clientes possam adquirir seus produtos de forma prática e conveniente, a qualquer hora e em qualquer lugar.

Esta introdução apresenta um panorama geral sobre a CustomRoupas, destacando sua proposta de valor, qualidade dos produtos, atendimento personalizado e presença online. A loja busca estar sempre atualizada com as tendências de moda, oferecendo às mulheres uma experiência de compra diferenciada, que atenda às suas expectativas e eleve sua autoestima por meio do poder da moda.

Para a apresentação deste trabalho, utilizaremos aprendizados de algumas matérias, sendo elas: Administração Estratégica, que nos auxiliou no processo de formatação, assim como na coleta de informações e colocá-las de maneira correta. A matéria Gestão Empreendedora, é formada por aulas que auxiliaram no processo de desenvolvimento de nossas habilidades, tanto pessoal quanto profissional, sendo a matéria que irá nos ajudar a desenvolver o vídeo complementar deste projeto.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A CustomRoupa, é uma loja de roupas e acessórios femininos que irá atender nos tamanhos PP ao XG Brasil (ver anexo). Seu diferencial será a customização, permitindo ao cliente viver essa experiência única de poder ajustar sua peça e até customizá-la a seu gosto no mesmo local onde adquiriu e com preços acessíveis.

Atuamos no setor de moda e vestuário onde a concorrência é grande, mas acreditamos que existe um lugar para todos os empreendedores que buscam se diferenciar. Nossos maiores concorrentes hoje são as confecções formal e informal, as lojas de departamentos e lojas que estão se iniciando tanto no virtual quanto na física, que atendem o mesmo público alvo que o nosso. Nosso destaque estará na qualidade dos produtos, no nosso ponto comercial de fácil acesso e com vagas de estacionamento, preços justos, uma força de venda preparada para lidar com atendimento e uma divulgação forte tanto online quanto nas ruas.

Nosso público alvo será todas as mulheres que gostam de se vestir bem, com sofisticação, daremos a experiência de ter peças únicas no seu armário, pois será possível criar um look adequado para cada evento, do jeito que a cliente pensa e sonha, pois nós iremos realizar esse desejo com muito brilho, miçangas e fitas!

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Todo empreendedor precisa ter algumas características para conseguir ir atrás dos seus sonhos e não desistir no primeiro desafio, são elas: resiliência, persistência, flexibilidade, planejamento, networking e liderança.

Para o nosso empreendimento, que é uma loja de roupas e terá no seu diferencial a customização a gosto do cliente. Será possível ajustar, modificar e personalizar de acordo com a necessidade, em um curto prazo de entrega.

O perfil do empreendedor será de uma pessoa que entende e estará sempre atenta às tendências e novidades do mercado da moda, atento a conquistar seu público alvo cada vez mais através da internet e do contato pessoal, ligado nas novas tecnologias de máquinas de costura e estampa, conquistar o cliente na base da honestidade, educação e invenções espetaculares nas peças, buscar os melhores fornecedores, adquirir materiais de qualidade, saber de todos adereços, pedras, miçangas, penas, plumas, brilhos, fitas e tudo que movimenta o mundo da customização e por último mas não menos importante, a pessoa precisa ser organizada, ter metas, foco e planejamento para que se tenha eficiência e consiga visualizar um problema no orçamento ou no cotidiano, minimizando assim os problemas que poderão aparecer no meio do caminho.

Ter uma visão inovadora e criatividade será imprescindível.

Ser um líder moderno e flexível será de extrema importância, pois o mercado exige pessoas que saibam lidar com acontecimentos, imprevistos, pressão e público em geral. Sendo assim, quanto mais calma e habilidade em lidar com as situações, aumentam as chances de progredir no negócio.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Hoje em dia existem 4 possíveis fontes de capital, são elas: por endividamento, por capital próprio, recursos internos e recursos externos.

É necessário fazer um estudo para verificar qual fonte será mais rentável para a empresa, para o empreendedor e para o sócio.

A nossa empresa optou pelo financiamento por endividamento, de forma indireta em uma agência credenciada e parceira do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), na modalidade automática, pois foi a que melhor se encaixou no nosso plano financeiro, pelo valor emprestado e prazo.

Com a taxa financeira de 16,5% a.a, nos permite conseguir um lucro maior na nossa loja, assim pagando o financiamento, as despesas da empresa e obter lucro.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A Custom Roupas terá todo um diferencial voltado para o mercado da moda, trazendo um novo modelo sendo crucial e inovador que vai muito mais além do que uma loja que apenas vende seu produto.

Nosso principal objetivo é trazer aos nossos clientes e parceiros a oportunidade de customizar suas roupas ou seja cria las de acordo com seus estilos ou seja a Custom moda vai facilitar a vida dos seus clientes, pois levaremos para fabricação da roupa dentro da nossa própria loja que visa deixar os clientes satisfeitos, dando esse diferencial de poder também o ajuste das peças que vendemos na loja.

O grande diferencial será essa ideia que possibilita o cliente já saiu com sua roupa pronta do jeito de já ser usada, pois o grande efeito que vemos que fez com que nossa ideia fosse inovadora foi o fato de sempre ter que ajustar muitas peças depois de comprar e também a falta de achar muitas vezes a peça do gosto, pois assim gerava dois processos a compra e o gasto depois levando na costureira para reajuste, sendo assim analisamos que seria uma ideia brilhante já que a concorrência maior seriam as fábricas de pequeno porte e médio porte e é claro as costureiras de bairro, mas visamos com essa

ideia criar nosso público próprio com peças desde o dia dia até as mais sofisticadas, garantindo qualidade e eficiência do produto trazendo para nossos clientes essa flexibilidade.

Sabemos que a concorrência em si será pouca pois as fábricas de pequeno e médio porte costuma trabalhar com quantidades maiores de peças, e já as costureiras trabalham com tempo de entrega e preço que muitas vezes não são justos, sendo assim garantimos um diferencial inovador já que o cliente não vai esperar pela peça por dias mas sim por algumas horas ficando pronta no dia.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Na CustomRoupas os nossos pontos e fórmulas estratégicos foram elas como usando buscar entender melhor nossos clientes com recursos usando o marketing que visa nos possibilitar ser melhor e bem destacado no mercado no campo de atuação, já que somos um novo mercado. Usamos várias outras ferramentas como planilhas para controle de mercadorias, entrada e saída de produtos, gastos enfim. dando uma visibilidade maior ao gestor uma visão maior, para melhores resultado. os relatórios são feitos semanais sendo acompanhados de perto por cada responsável de um devido setor para melhor apuração de resultados como também imprevistos.

A maior estratégia já é a CustomRoupas uma inovadora no mercado que abrange na modalidade de já garantir que seus clientes saiam com sua roupa pronta dentre reparos e customizações já feito na hora! o nosso foco principal é atender com excelência garantindo cada vez mais eficiência e resultado e buscando cada dia mais focar nos pontos chaves como lucratividade e satisfação de todos.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, Visão e Valores, é uma das mais importantes ferramentas de gestão organizacional, que nos permite ter elementos significativos para definir a estratégia do negócio, conseguir alinhar seu propósito e promover reflexão sobre o momento atual e futuro do empreendimento.

Por ser a base de qualquer cultura organizacional, com o passar do tempo os conceitos foram incorporados no dia a dia das organizações de pequeno, médio e grande portes. Hoje se torna decisivo para o engajamento dos colaboradores de toda empresa, para alinhar comportamentos e atitudes de rotina, e auxilia na tomada de decisão.

Agora vamos ver o conceito de cada um deles:

Visão: Onde queremos chegar; quando queremos chegar lá; para onde vamos; é a imagem em relação a sua empresa, o que quer ser.

Missão: O que fazemos; para quem fazemos; como fazemos; quem somos; é a razão de ser do seu negócio.

Valores: O que é importante para nós; como queremos ser reconhecidos enquanto cumprimos nossa missão em direção a visão; razão de ser do seu negócio; convicções da empresa.

Em exemplo prático usaremos a empresa Cacau Show:

Missão: Transformar o ordinário em extraordinário, oferecendo ao nosso ecossistema uma relação duradoura com foco no crescimento, rentabilidade, oportunidades e sustentabilidade.

Visão: Ser inspiração no universo do cacau, honrando todas as potencialidades desse fruto sagrado.

Valores: Paixão por realizar, Mais com menos, Inovação e atenção aos detalhes.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

As empresas são organizações que têm como objetivo principal a geração de lucros. No entanto, para alcançar esse objetivo, é fundamental que a empresa esteja alinhada com a sua missão, visão e valores.

Em resumo, a missão, visão e valores são fundamentais para o sucesso de uma empresa. Quando bem definidos e compartilhados por todos os colaboradores, eles ajudam a orientar as decisões e ações da organização, contribuindo para o seu crescimento e desenvolvimento sustentável.

Com esse intuito, já que a empresa CustomRoupa é referente a uma loja de customização, onde a pessoa sai com o “look” completo, a missão, visão e valores é definida como:

Missão: Nossa missão é oferecer um serviço de customização de alta qualidade, através da costura, para que nossos clientes possam expressar sua individualidade e estilo pessoal através de suas roupas. Nosso objetivo é permitir que nossos clientes saiam da nossa loja com sua roupa única e exclusiva, combinando com sua personalidade e trazendo satisfação à sua experiência de compra.

Visão: Nossa visão é ser a principal loja de customização e costura do mercado, reconhecida por nossos clientes como um destino confiável e competente em transformar suas roupas em peças de moda exclusivas, sempre com um atendimento personalizado, pontualidade e qualidade.

Valores: Para alcançar nossos objetivos, seguimos rigorosamente nossos valores fundamentais que são:

- Excelência em atendimento ao cliente, garantindo a satisfação e fidelidade dos mesmos
- Dedicção à qualidade, em todas as fases do processo produtivo, buscando sempre o melhor resultado possível
- Responsabilidade através da sustentabilidade e a consciência ambiental de nossas atividades
- Respeito e compromisso com os nossos clientes, colaboradores e com a comunidade local onde operamos
- Inovação, buscando sempre estar à frente do mercado e trazendo novidades aos nossos clientes.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Tópico 1: Autoconhecimento: eu, caçador de mim

Para qualquer sonho, é necessário planejar, e principalmente, se autoconhecer. Quando adquirimos o autoconhecimento, conseguimos definir a nossa missão de vida, o nosso propósito.

Uma ferramenta que ajuda bastante nesse processo, é a análise FOFA ou SWOT. Como exemplo, suponha que você esteja pensando em mudar de emprego. Uma das primeiras coisas que você pode fazer é uma análise SWOT para avaliar a sua situação atual. Veja como seria:

Forças: são nossos conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA). São os nossos talentos, ou seja, forças que podem ser valorizadas no mundo do trabalho e em nossa área de atuação.

- Você tem uma formação sólida na sua área de atuação
- Tem experiência em suas funções
- Tem um bom networking na área
- Habilidade para trabalhar em equipe

Oportunidades: Ao falarmos em oportunidades olhamos para uma perspectiva externa e o ambiente externo a nós é composto de uma série de fatores dos quais podemos tirar proveito para avançar na carreira.

- Há várias vagas abertas na sua área de atuação

- Você pode melhorar seu salário em uma nova empresa
- Pode encontrar uma empresa que valorize melhor seus talentos

Fraqueza: É uma análise da perspectiva interna da pessoa, para que tenhamos consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras que vão de encontro ao nosso propósito profissional.

- Seu salário é abaixo do valor de mercado
- Trabalha muito e tem poucas horas de lazer
- Não foi promovido em sua empresa atual
- Seu conhecimento de línguas estrangeiras é básico

Ameaças: Ameaças são situações externas a nós que representam barreiras para o nosso propósito e objetivos, uma vez que não temos controle sobre elas.

- A situação econômica do país pode influenciar negativamente na economia
- Há muitas pessoas procurando emprego na sua área
- Pode ser difícil se adaptar a uma nova equipe

A partir desta análise SWOT, você pode ter uma visão mais clara da sua situação atual e decidir com mais segurança se é o momento certo de mudar de emprego. Além disso, estudar esses quatro pontos pode lhe ajudar a se preparar melhor para a entrevista de emprego, por exemplo, quando o entrevistador lhe perguntar sobre suas qualidades e defeitos, expectativas de salário e como você trabalha em equipe.

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

Os nossos grandes objetivos e sonhos devem ser os motivadores dos caminhos que vamos trilhar. Essas escolhas podem ser qualificadas fazendo uso de técnicas de geração de ideias, como o brainstorming, também conhecido como tempestade de ideias

Exemplo: Ana é uma estudante de marketing digital e quer se tornar uma profissional na área. Para isso ela terá que aprender e conhecer coisas novas, fazer o design e construir websites, criar uma rede de network, buscar cursos para aperfeiçoamento, possibilidade de abrir um MEI, criar uma conta no instagram para divulgar, etc.

E, após “colocar no papel” todas as ideias que surgiram é hora de analisá-las e filtrá-las. Foco, refinamento de ideias e tomada de decisão são técnicas que aplicamos o tempo todo em nossa vida. Uma boa técnica para análise e refinamento das ideias é o chamado funil de ideias. Por meio desse funil, você conseguirá traçar as possibilidades e verificar, entre as alternativas, aquelas que apresentam respostas mais favoráveis e viáveis ao seu propósito, ou seja, a que inspire mais você.

Um elemento que podemos levar em consideração ao traçar nossos projetos e planos diz respeito à diferenciação. Um caminho é analisar dois tipos básicos de habilidades que possuímos:

-Hard skills: São as habilidades ou conhecimentos técnicos que podem ser adquiridos por meio de cursos de formação, ou ainda, por meio de experiência. No caso da Ana, ela precisará falar um novo idioma, ter uma formação em nível superior, entre outros.

-Soft skills: São habilidades comportamentais e interpessoais, ou seja, habilidades associadas com a forma como nos relacionamos e nos portamos frente às outras pessoas. A Ana possui inteligência emocional, é criativa, tem empatia, carisma, é extrovertida.

A partir da compreensão dessas habilidades, podemos alcançar o nosso aperfeiçoamento, como profissionais, estudantes, líderes, membros de grupos sociais e integrantes da família.

Para alcançar os nossos projetos, precisamos estabelecer objetivos, metas e indicadores. Por exemplo:

Objetivo: Ana concluir a faculdade de marketing com todas as mensalidades pagas.

Meta: Todo mês guardar uma reserva de dinheiro e colocar a mensalidade como débito automático.

Indicador: Faculdade concluída e poderá se tornar uma profissional na área.

Uma outra ferramenta extremamente eficaz (e visual) para realizarmos um planejamento é o Modelo de Negócio Canvas. Na parte de Anexos, no final do trabalho, teremos o exemplo de como podemos usar para abrir uma loja de bolos saudáveis.

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

Várias ferramentas da área de negócios podem nos auxiliar a definir as estratégias de atuação, bem como a consolidar planos de ação na nossa vida pessoal ou profissional.

Temos algumas ferramentas que ajudam, entre elas, as Cinco forças de Porter e a Matriz BCG podem contribuir para analisarmos o contexto de onde estamos e aonde queremos chegar, para a elaboração de estratégias de atuação nesse sentido. E também, temos as , técnicas como PDCA, PDCL e 5W2H darão suporte para a elaboração de planos de ação eficientes destinados à execução dos nossos diversos planos e projetos. Exemplos:

-MATRIZ BCG: Um exemplo curto de usar a matriz BCG (Boston Consulting Group) seria uma empresa que está avaliando seu portfólio de produtos e identificando aqueles com alto potencial de crescimento e lucratividade, bem como aqueles que têm baixo desempenho e representam um investimento arriscado.

A empresa poderia usar a matriz BCG para categorizar seus produtos como estrelas (alto crescimento e alta participação de mercado), vacas leiteiras (baixo crescimento, alta participação de mercado), interrogações (alto crescimento, baixa participação de mercado) e abacaxis (baixo crescimento, baixa participação de mercado).

A partir daí, a empresa poderia decidir quais produtos continuar a investir e quais descontinuar. Por exemplo, eles poderiam optar por investir mais em estrelas e vacas leiteiras, enquanto reduzem ou eliminam os produtos interrogações e abacaxis.

Ao fazer isso, a empresa pode maximizar seu ROI (retorno sobre investimento) e crescimento sustentável ao longo do tempo

-PDCA: Um exemplo curto de como utilizar o Ciclo PDCA pode ser aplicado em uma empresa que deseja reduzir o tempo de espera dos seus clientes no atendimento. O Ciclo PDCA pode ser usado da seguinte maneira:

1. Planejamento: Definir qual é o tempo de espera ideal para os clientes e estabelecer um plano de ação para alcançar esse objetivo.
2. Execução: Implementar o plano estabelecido, fazendo mudanças no processo de atendimento ao cliente.
3. Verificação: Verificar se as mudanças implementadas estão produzindo os resultados desejados. Para isso, é possível fazer medições de tempo de espera antes e depois das mudanças.
4. Ação corretiva: Se as mudanças não estiverem produzindo os resultados desejados, é necessário tomar medidas corretivas para ajustar o plano de ação.

Dessa forma, o Ciclo PDCA permite que a empresa faça melhorias contínuas em seus processos, buscando sempre alcançar a excelência no atendimento ao cliente.

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

Para que possamos alcançar sucesso e atingir os nossos objetivos, é importante planejar, conhecer de maneira clara o que queremos, o que precisa ser feito e como fazer!

Inteligência de negócios (indicadores)- Os planos de ação que executamos devem estipular as metas estabelecidas, que serão mensuradas e avaliadas. Para isso, são necessários indicadores de desempenho que fiquem atrelados às nossas metas ou

objetivos estratégicos.

Na área de Inteligência de Negócios, utilizam-se os indicadores que conhecemos como Key Performance Indicators (KPIs), ou indicadores-chave de desempenho, que são vinculados aos objetivos estratégicos das empresas. Entretanto, podemos aplicar os KPIs em diferentes áreas da nossa vida, principalmente na empresarial:

Um exemplo de KPI na vida real é a taxa de conversão de vendas de uma empresa. Essa métrica indica o percentual de visitantes de um site ou loja física que realizam uma compra, ou seja, quantas pessoas efetivamente se tornam clientes.

Para calcular a taxa de conversão, é necessário obter o número de visitantes e o número de vendas realizadas em um determinado período de tempo. Em seguida, basta dividir o número de vendas pelo número de visitantes e multiplicar o resultado por 100.

Ao acompanhar a taxa de conversão, a empresa pode identificar oportunidades para melhorar suas estratégias de venda, como otimizar o site, melhorar o atendimento ao cliente ou desenvolver promoções mais efetivas. Essa métrica é fundamental para avaliar o desempenho de um negócio e tomar decisões estratégicas com base em dados concretos.

-GESTÃO DO CONHECIMENTO: A Gestão do Conhecimento Pessoal (GCP) é definida como um processo individual e disciplinado pelo qual entendemos as informações, observações e ideias, focados em nosso autodesenvolvimento (JARCHE, 2009). A GCP nos orienta a fazer um exercício interno com essas informações, sendo: ordenar, categorizar, tornar público e recuperar.

-OKR- Outra ferramenta extremamente útil para que possamos traçar, executar e medir nossos objetivos são os Objectives and Key-Results (OKRs) ou Objetivos e Resultados-Chave. Os OKRs possibilitam a definição de metas colaborativas, que são desafiadoras e ambiciosas, têm resultados mensuráveis e são usadas por grupos e indivíduos (PANCHADSARAM; PRINCE, 2021).

A definição dos OKRs deve ser vista como uma lista de aspirações que desejamos alcançar, sendo ideal para objetivos mais desafiadores que pretendemos atingir ao longo da nossa vida.

Um exemplo de OKR na vida real seria:

Objetivo: Expandir a presença online da empresa

- Key Result 1: Aumentar em 30% o tráfego orgânico do site da empresa até o final do trimestre
- Key Result 2: Aumentar em 50% a base de seguidores no Instagram até o final do trimestre
- Key Result 3: Lançar uma campanha de marketing digital que gere pelo menos 100 novas vendas até o final do trimestre

Com esses resultados-chave estabelecidos, a empresa poderia acompanhar de perto o seu progresso em relação ao objetivo geral de expandir a sua presença online. O uso de OKRs permitiria que a empresa definisse metas claras e mensuráveis, além de envolver a equipe no processo de definição e acompanhamento desses objetivos.

-BSC- A definição dos nossos objetivos e do tempo que levaremos para alcançá-los é uma questão estratégica para a organização da nossa vida. Ao implementarmos a metodologia BSC podemos melhorar a gestão de nossos resultados.

Uma padaria deseja implementar o BSC para melhorar sua gestão. A seguir segue um exemplo de como o BSC poderia ser estruturado para essa padaria: O Balanced Scorecard (BSC) traduz a missão e a estratégia de um conjunto de medidas de desempenho, que devem ser visualizadas por meio de quatro perspectivas de uma empresa:

› Financeira: quais objetivos financeiros devemos seguir para satisfazer os acionistas.

- Aumentar as vendas em 10% no primeiro trimestre
- Reduzir custos em 5% até o final do ano

› Do cliente: quais são as necessidades dos nossos clientes.}

- Melhorar o tempo de espera dos clientes em 5 minutos
- Oferecer promoções semanais para fidelizar clientes

› Dos processos internos: em quais atividades ou processos preciso ser mais eficiente.

- Treinar a equipe em técnicas de atendimento ao cliente
- Investir em equipamentos modernos para a padaria

› Do aprendizado e crescimento: como a organização deve aprender e inovar.

- Implementar programas de incentivo aos funcionários para melhorar o desempenho
- Promover a participação dos funcionários em feiras e cursos da área

Dessa forma, a padaria pode monitorar e controlar o desempenho em cada uma das quatro perspectivas a fim de alcançar seus objetivos.

-FORECAST E FORESIGHT- : Forecast (previsão) e foresight (visão de futuro).

Ambos os métodos são advindos da área de negócios e podem ser úteis para a realização de planejamentos e a tomada de decisão na nossa trajetória pessoal e na profissional

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Beatriz - líder empreendedor de sucesso, criando impacto positivo na vida das pessoas e no mundo.

A matriz SWOT é uma ferramenta usada para análise de situações, e a partir do propósito de vida de uma pessoa é possível construir essa matriz e identificar forças e fraquezas internas que essa pessoa possui, bem como oportunidades e ameaças externas que poderão influenciar na realização do seu propósito.

Ser um líder empreendedor de sucesso, criando impacto positivo na vida das pessoas e no mundo.

Ser um líder empreendedor que contribui positivamente para o desenvolvimento da sociedade e inspira outras pessoas a alcançarem seus objetivos.

Matriz SWOT:

Forças: Habilidade em liderança e planejamento, visão de negócios aguçada, capacidade de adaptabilidade e perseverança.

Fraquezas: Falta de experiência em algumas áreas, dificuldade em delegar tarefas e tomada de decisões, falta de conhecimento em gestão financeira.

Oportunidades: Demanda crescente por liderança empreendedora, conhecimento adquirido em cursos e experiência prática, demanda por serviços inovadores e sustentáveis.

Ameaças: Concorrência forte no mercado, cenário econômico instável e incerto, mudanças constantes nas demandas do mercado e no comportamento do consumidor.

Bruna - Matriz SWOT na abertura de uma Funilaria e Pintura

Vamos compartilhar aqui a história de um casal de amigos, que decidiram empreender, abrindo sua própria funilaria e pintura. Em meio ao desafio de abrir um negócio próprio, vem também a motivação de se fazer o que se sabe fazer bem feito e colocar em prática dentro do seu próprio empreendimento.

Para iniciar o negócio, eles decidiram usar a matriz SWOT para realizar o planejamento estratégico, para identificar os fatores que ajudam no crescimento, projetos, analisar cenários e embasar a tomada de decisões, observando 04 fatores: FORÇAS, OPORTUNIDADES, AMEAÇAS E FRAQUEZAS.

Como eles fizeram essa observação para ingressar o empreendimento e não ter prejuízo nos primeiros meses:

FORÇAS: A habilidade, competência e experiência do marido no ramo.

OPORTUNIDADES: Estar por dentro das novidades no mercado e se capacitar cada vez mais.

FRAQUEZAS: Encontrar mão de obra qualificada e ponto comercial estratégico.

AMEAÇAS: Concorrência com empresas grandes.

Já estão com a empresa há 9 meses e sem nenhum mês de prejuízo até agora.

Bianca - Maneiras estratégicas na empresa na qual estou inserida

Visando a lucratividade e a melhoria no lucro e na disponibilidade da empresa Açaí notamos que o análise estratégico em relação ao swot é muito utilitária que agregou muito trazendo benefícios pois usamos recursos como o marketing e planilhas que visa à melhoria de resultados através de acompanhamentos de gestores por seus colaboradores de cada setor responsável. Com tantas oportunidades notamos que no mercado aqui a área era restrita, com proposta de atender melhor visando qualidade do produto chegamos a conclusão que o atendimento por via delivery e ifood e outras plataformas digitais seria um grande diferencial já que as lojas concorrentes nenhuma

tinha essa modalidade e já que a prioridade maior era nossos clientes notamos que o atendimento dentro das casas através de app seriam um diferencial, a comodidade de pedir dentro de casa no conforto trouxe um divisor de águas que tornou o Açaí um grande diferencial na cidade que visa qualidade do produto como satisfação de seus clientes.

Lucas - Analise Swot na construção Civil

Na construção civil, utilizamos constantemente a análise swot mesmo sem perceber. Nas forças, utilizamos a mão de obra qualificada juntamente com o conhecimento necessário para a execução da obra. Nossa fraqueza são os atrasos, sendo ele a falta de funcionários, clima - tanto chuva quanto sol e falta de material. As oportunidades variam de região para região, mas a construção civil é um ramo que a cada ano se desenvolve mais e a cada ano ocorre uma diminuição de profissionais na área. E as ameaças são os locais para execução do serviço, falta de mão de obra.

Link: <https://youtu.be/EKihUzRyfsE>

4. CONCLUSÃO

A CustomRoupas se destaca no mercado de roupas e acessórios femininos como uma loja comprometida em oferecer produtos de alta qualidade, estilo e personalidade. Ao longo deste documento, foi possível compreender a importância que a empresa atribui à satisfação de seus clientes, tanto na oferta de peças exclusivas quanto no atendimento especializado.

Através do seu compromisso com a excelência, a CustomRoupas estabelece parcerias com fornecedores confiáveis e busca constantemente inovar em seus produtos,

acompanhando as tendências e necessidades do público feminino. A loja valoriza a individualidade de cada mulher, proporcionando a oportunidade de expressar seu estilo único por meio de roupas e acessórios personalizados.

Além disso, a CustomRoupas reconhece a importância do ambiente digital como um meio de alcançar e atender uma base ampla de clientes. Com sua plataforma de e-commerce, a loja disponibiliza seus produtos de forma conveniente e acessível, permitindo que as mulheres possam encontrar o que desejam com praticidade e comodidade.

A preocupação da CustomRoupas com a satisfação e a experiência de compra das clientes se reflete em um atendimento especializado e acolhedor. A equipe da loja está preparada para auxiliar em todas as etapas da jornada de compra, proporcionando um ambiente agradável onde as clientes se sintam valorizadas e seguras em suas escolhas.

No mercado de moda feminina, é fundamental que as empresas se destaquem pela qualidade, autenticidade e excelência em todos os aspectos do negócio. A CustomRoupas cumpre esses requisitos e se estabelece como uma referência para as mulheres que buscam peças exclusivas que reflitam sua personalidade e estilo de vida.

A CustomRoupas se orgulha de seu compromisso em oferecer produtos e serviços que vão além das expectativas de seus clientes. Através da constante busca pela inovação e aprimoramento, a loja pretende continuar a ser reconhecida como uma marca de confiança e excelência no mercado de moda feminina, contribuindo para elevar a autoestima e o empoderamento das mulheres através do poder da moda.

REFERÊNCIAS

Tópico 2

- Tamanho de roupa: conheça o padrão das medidas e a equivalência nos EUA. Disponível em: <<https://www.eutotal.com/tamanho-de-roupa/>>. Acesso em: 9 jun. 2023.
- GARCIA, A. Roupas Femininas: Saiba Como Identificar Seus Concorrentes. Disponível em: <<https://resultplace.com.br/roupas-femininas-saiba-como-identificar-seus-concorrentes/#:~:text=Para%20identificar%20os%20concorrentes%2C%20%C3%A9>>. Acesso em: 2 jun. 2023.

Tópico 3.1.2

- BNDES - O banco nacional do desenvolvimento. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home>>. Acesso em: 2 jun. 2023.
- Unidades de Aprendizagem - Aula 6 - Gestão Empreendedora

Tópico 3.1.3

- PAGBANK. Entenda o que é um perfil empreendedor e saiba como desenvolver! Disponível em: <<https://blog.pagseguro.uol.com.br/saiba-como-desenvolver-o-perfil-empreendedor-com-nossas-dicas/>>. Acesso em: 3 jun. 2023.

Tópico 3.2.2

- HEEMANN, M. Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos. Disponível em:
<<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/#:~:text=sucesso%20nos%20neg%C3%B3cios.->>. Acesso em: 8 jun. 2023.
- Unidades de Aprendizagem - Aula 6 - Administração Estratégica
- Sobre a Cacau. Disponível em:
<<https://www.cacaushow.com.br/para-sua-empresa/institucional.html>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

Tópico 3.2.3 -

- HEEMANN, M. Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos. Disponível em:<<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/#:~:text=sucesso%20nos%20neg%C3%B3cios.->>. Acesso em: 29 mai. 2023.
- Saiba como definir missão, visão e valores do seu negócio. Disponível em:
<<https://blog.solides.com.br/como-definir-missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

ANEXOS

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

<p>Parcerias Chave </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manter parceria com a distribuidora. - Ifood . - Motoboy. - Manutenção e Limpeza dos equipamentos. 	<p>Atividades Chave </p> <ul style="list-style-type: none"> - Venda de Bolo Saudável. - Engajamento. - Ser referência no ramo alimentício. - Marketing Digital. - Bom relacionamento com os clientes. 	<p>Proposta de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> - Conforto -Acessibilidade -Vida saudável - Sabor - Praticidade 	<p>Relações com clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> - Distribuição de amostra grátis. - Brindes por divulgação de terceiros. - Pague 10 e o 11° sai de graça. - Boa comunicação. - Aberto para sugestões. - Utilização de enquetes nas redes sociais, para pesquisas e sugestões. 	<p>Segmentos de mercado </p> <p>Homens e mulheres, jovens, adultos e idosos de São José dos Campos, que têm interesse em aderir para sua rotina a lifestyle com alimentação saudável, mas que não deixem de abrir mão de uma sobremesa saborosa.</p>
<p>Recursos Chave </p> <p>- Plataformas Digitais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Whatsapp • Sites • Facebook <p>- Delivery</p>	<p>Canais </p> <p>Rede social para mostrar nossos produtos, parceria com a plataforma Ifood para alcançar maior números de clientes.</p>			
<p>Estrutura de custos </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manutenção dos equipamentos. - Custo com Aluguel. - Custo com fornecedores. - Custo com patrocinadores. - Investimento em Marketing e Divulgação. 		<p>Fontes de renda </p> <p>Realização do pagamento do produto ofertado, em dinheiro, débito e crédito..</p>		

2- Descrição da Empresa

Medidas padrão para roupas femininas no Brasil:

NUMERAÇÃO	34	36	38	40	42	44	46	48	50
TAMANHO	PP	PP	P	P	M	M	G	G	XG
BUSTO	76-80	81-85	86-89	90-93	94-97	98-101	102-105	106-110	111-115
CINTURA	57-61	62-66	67-70	71-74	75-78	79-82	83-86	87-91	92-96
QUADRIL	85-89	90-94	95-98	99-102	103-106	107-110	111-114	115-119	120-124



RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório Final das atividades de extensão
CURSO: Gestão Financeira
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval e Luis Fernando Pancine
ESTUDANTE: BEATRIZ CHAGAS LEITE
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2 Trimestre 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Foi proposto a construção de uma empresa do zero, e desde então começamos a desenvolver o projeto para colocá-lo em prática com nossos conhecimentos.
Desafio: O maior desafio foi o fato de ter que criar a empresa, isso impossibilitando a busca de informações prévias já que a empresa é inexistente, por ser criação própria.
Cronograma das Ações: O nosso projeto foi feito dentro do tempo e espaço de cada integrante, que nos possibilitou a construção dele permitindo a interação no espaço de cada um, e que juntos contribuíram com suas habilidades.
Síntese das Ações: Nosso projeto foi preparado através do conhecimento de cada um, nossos encontros foram via whatsapp através de grupo que visou na construção dele para melhor eficácia.
a. Aspectos positivos; Foi saber com clareza o que queríamos criar para o projeto, isso facilitou a criação que nos deu uma visão bem ampla do que queríamos.
b. Dificuldades encontradas; Foram a falta de informação do mercado no qual vamos ingressar, já que a ideia é inovadora.

c. Resultados atingidos; Um mercado que promete muitos retornos a longo e curto prazo, tanto no bolso do consumidor quanto na qualidade de vida de seus clientes. Um novo olhar no mundo empresarial.

d. Sugestões; Buscar conhecer o mercado no qual será inserido e tentar focar cada vez mais nas melhorias e no desenvolvimento da empresa.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022100235	NOME: Beatriz Chagas Leite
RA: 1012022100323	NOME: Bianca Silva de Oliveira
RA: 1012022100465	NOME: Bruna M. C. Vieira Ferreira
RA: 1012022100205	NOME: Lucas Adair Matiello
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Relatório Final das atividades de extensão

CURSO: Gestão Financeira

MÓDULO: Planejamento Estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval e Luis Fernando Pancine

ESTUDANTE: Bianca silva de oliveira

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2 Trimestre 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Foi proposto a construção de uma empresa do zero, e desde então começamos a desenvolver o projeto para colocá-lo em prática com nossos conhecimentos.

Desafio: O maior desafio foi o fato de ter que criar a empresa, isso impossibilitando a busca de informações prévias já que a empresa é inexistente, por ser criação própria.

Cronograma das Ações: O nosso projeto foi feito dentro do tempo e espaço de cada integrante, que nos possibilitou a construção dele permitindo a interação no espaço de cada um, e que juntos contribuíram com suas habilidades.

Síntese das Ações: Nosso projeto foi preparado através do conhecimento de cada um, nossos encontros foram via whatsapp através de grupo que visou na construção dele para melhor eficácia.

e. Aspectos positivos; Foi saber com clareza o que queríamos criar para o projeto, isso facilitou a criação que nos deu uma visão bem ampla do que queríamos.

f. Dificuldades encontradas; Foram a falta de informação do mercado no qual vamos ingressar, já que a ideia é inovadora.

g. Resultados atingidos; Um mercado que promete muitos retornos a longo e curto prazo, tanto no bolso do consumidor quanto na qualidade de vida de seus clientes. Um novo olhar no mundo empresarial.

h. Sugestões; Buscar conhecer o mercado no qual será inserido e tentar focar cada vez mais nas melhorias e no desenvolvimento da empresa.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022100235	NOME: Beatriz Chagas Leite
RA: 1012022100323	NOME: Bianca Silva de Oliveira
RA: 1012022100465	NOME: Bruna M. C. Vieira Ferreira
RA: 1012022100205	NOME: Lucas Adair Matiolo
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório final das atividades de extensão
CURSO: Gestão Financeira
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval e Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: BRUNA MARIA DE CASTRO VIEIRA FERREIRA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º trimestre 2023

8. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Foi proposto a construção de uma empresa do zero, e desde então começamos a desenvolver o projeto para colocá-lo em prática com nossos conhecimentos.
Desafio: O maior desafio foi o fato de ter que criar a empresa, isso impossibilitando a busca de informações prévias já que a empresa é inexistente, por ser criação própria.
Cronograma das Ações: O nosso projeto foi feito dentro do tempo e espaço de cada integrante, que nos possibilitou a construção dele permitindo a interação no espaço de cada um, e que juntos contribuíram com suas habilidades.
Síntese das Ações: Nosso projeto foi preparado através do conhecimento de cada um, nossos encontros foram via whatsapp através de grupo que visou na construção dele para melhor eficácia.
i. Aspectos positivos: Foi saber com clareza o que queríamos criar para o projeto, isso facilitou a criação que nos deu uma visão bem ampla do que queríamos.
j. Dificuldades encontradas: Foram a falta de informação do mercado no qual vamos ingressar, já que a ideia é inovadora.
k. Resultados atingidos: Um mercado que promete muitos retornos a longo e curto prazo, tanto no bolso do consumidor quanto na qualidade de vida de seus clientes. Um novo olhar no mundo empresarial.

1. Sugestões / Outras observações: Buscar conhecer o mercado no qual será inserido e tentar focar cada vez mais nas melhorias e no desenvolvimento da empresa.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022100235	NOME: Beatriz Chagas Leite
RA: 1012022100323	NOME: Bianca Silva de Oliveira
RA: 1012022100465	NOME: Bruna M. C. Vieira Ferreira
RA: 1012022100205	NOME: Lucas Adair Matiello
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Relatório final das atividades de extensão
CURSO: Gestão Financeira
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval e Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Lucas Adair Matiello
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2 Trimestre 2023

11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Foi proposto a construção de uma empresa do zero, e desde então começamos a desenvolver o projeto para colocá-lo em prática com nossos conhecimentos.

Desafio: O maior desafio foi o fato de ter que criar a empresa, isso impossibilitando a busca de informações prévias já que a empresa é inexistente, por ser criação própria.

Cronograma das Ações: O nosso projeto foi feito dentro do tempo e espaço de cada integrante, que nos possibilitou a construção dele permitindo a interação no espaço de cada um, e que juntos contribuíram com suas habilidades.

Síntese das Ações: Nosso projeto foi preparado através do conhecimento de cada um, nossos encontros foram via whatsapp através de grupo que visou na construção dele para melhor eficácia.

m. Aspectos positivos: Foi saber com clareza o que queríamos criar para o projeto, isso facilitou a criação que nos deu uma visão bem ampla do que queríamos.

n. Dificuldades encontradas: Foram a falta de informação do mercado no qual vamos ingressar, já que a ideia é inovadora.
o.

p. Resultados atingidos: Um mercado que promete muitos retornos a longo e curto prazo, tanto no bolso do consumidor quanto na qualidade de vida de seus clientes. Um novo olhar no mundo empresarial.

q. Sugestões / Outras observações: Buscar conhecer o mercado no qual será inserido e tentar focar cada vez mais nas melhorias e no desenvolvimento da empresa.

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022100235	NOME: Beatriz Chagas Leite
RA: 1012022100323	NOME: Bianca Silva de Oliveira
RA: 1012022100465	NOME: Bruna M. C. Vieira Ferreira
RA: 1012022100205	NOME: Lucas Adair Matielo
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.
r. Aspectos positivos
s. Dificuldades encontradas

t. Resultados atingidos

u. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME