



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**PREÇO PREMIUM - ME**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



**UNIFEOB**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS**

**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE**

**TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA**

**BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**

**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**

**PREÇO PREMIUM - ME**

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

Alexandre Vita, RA 1012022100271

Eder Xavier, RA 1012022100233

Gabriel Lopes Nardi, RA:1012023100118

Sandro Soares, RA 1012023100004

Thiago Mendes da Silva, RA 1012022100282

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

# SUMÁRIO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	0
<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	6
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	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
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>17</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>19</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>19</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>20</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O projeto tem como objetivo demonstrar o planejamento estratégico do novo empreendimento PREÇO PREMIUM - ME. Esse planejamento será um tipo de “GPS” para que as ações a serem realizadas durante um período determinado estejam alinhadas ao propósito organizacional. Isto é, estabeleceremos as atividades do presente considerando seu impacto futuro.

Nesse plano estratégico devem ser construídas definições do negócio, visão, missão e princípios filosóficos da empresa, pelos seus líderes e equipe de colaboradores. Deverão avaliar os fatores internos do ambiente organizacional, separando-os em pontos fortes e pontos fracos, avaliando, dentre outros aspectos: a estrutura organizacional; as práticas funcionais; os fluxos de informações; a gestão financeira e o controle da gestão.

Após a definição desse projeto, teremos uma visão clara da empresa, da sua identidade e dos seus objetivos. O que consequentemente ajudará a antecipar os riscos na tomada de decisões no curto e longo prazo.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A empresa PREÇO PREMIUM - ME, será estabelecida na Rua Doutor José Alves, 130 Bairro Centro - CEP 13800-050 - Mogi Mirim/SP e terá como sócios os investidores Sandro Soares Sobrinho, Alexandre Vita, Gabriel Lopes Nardi, Thiago Mendes da Silva e Eder Xavier.

A PREÇO PREMIUM - ME, se enquadra em uma Microempresa com faturamento inferior ou até R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

A empresa está inserida no mercado de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, atendendo toda classe social, oferecendo roupas e acessórios de qualidade e escassos na região de Mogi Mirim, temos como concorrentes poucas empresas do mesmo segmento.

O Mercado de *sportswear* vem registrando bom desempenho e tem perspectiva de crescimento para os próximos anos. A oportunidade de mercado é consequência da falta de lojas do ramo.”*sportswear*” na região.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

Uma boa gestão empreendedora tem como foco principal trabalhar visando a melhoria na gestão de um determinado lugar, aplicando novos hábitos e práticas para otimizar a vida de todos os envolvidos. O QUE... (2022)

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

O perfil empreendedor é determinado pelo comportamento do indivíduo, podendo ser percebido por sua personalidade, bem como por seus conhecimentos, experiências, habilidades, motivação e valores.

Conduzir o próprio empreendimento está ligado a uma visão ampla para tomar as melhores decisões, o que torna algumas capacidades indispensáveis para dar início a um negócio expressivo.

De uma maneira geral o sucesso do empreendedor depende da sua dedicação ao negócio.

Para criar a empresa PREÇO PREMIUM - ME, foi necessário ter coragem, comprometimento, calcular os riscos, buscar informações, fazer planejamentos e contar com a experiência dos sócios no ramo de atividade.

#### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Uma das primeiras etapas de planejamento de um novo negócio é saber como calcular o investimento inicial. Nessa etapa não dá para contar com a sorte. É necessária muita pesquisa para não dar um salto maior que a perna e acabar se endividando.

Para início da atividade da empresa PREÇO PREMIUM - ME, foi investido o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), contando com recursos próprios dos sócios, sem a necessidade de financiamento externo..

Para a sustentação do negócio será necessário um capital de giro de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) para arcar com os custos e despesas necessárias.

Como não foi necessário nenhum tipo de empréstimo para o início da atividade, é esperado que no segundo ano de atividade, o investimento total comece a dar retorno e os sócios possam dividir o lucro líquido em partes iguais.

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

A PREÇO PREMIUM, tem como proposta ser mais acessível ao público, oferecendo produtos (moletons, calças largas, leggings, croppeds, calçados como tênis e chinelos esportivos) e serviços de qualidade por preços justos, com foco na satisfação dos seus clientes através da criatividade e inovação, mantendo um ambiente favorável para que os seus colaboradores consigam atender com qualidade os clientes.

Para isso, foi necessário ter um plano de negócio onde foi possível ter boas ideias sobre o mercado através de informações dos pontos fortes e fracos das concorrências, tendências dos locais dos mesmos setores e tendências ambientais e demográficas. Também foi necessário preparar um plano de marketing para tomar decisões relacionadas à produção, fabricação, estoques, etc.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

De maneira bastante objetiva, pode-se definir a administração estratégica como sendo um processo amplo e que se relaciona com todos os níveis de operação de uma empresa, tendo como principal intuito a implementação dos seus objetivos e estratégias, especialmente a longo prazo. Estratégia pode ser entendida como um guia. Este guia

tem a utilidade de orientar o pensamento e a tomada de decisões. Num raciocínio estruturado, estratégias são um de três componentes. São precedidas por um objetivo geral e sucedidas por táticas que servem para implementá-las.

Definir metas a alcançar, fazer com que todos os setores atuem de forma coesa e otimizar os processos em toda a estrutura organizacional para que esses objetivos sejam alcançados. Lendo assim, parece tão fácil e tão óbvio que pensamos não haver nenhuma empresa que não atue seguindo esses preceitos, não é verdade? Na prática, porém, não é bem assim.

Estamos falando de companhias que praticam a gestão estratégica. Por mais clareza que tenhamos de que esse é o caminho mais direto para o sucesso de qualquer negócio, vemos que muitos ainda estão longe de uma gestão eficiente.

Para que a estratégia funcione, é preciso realizar um diagnóstico do gerenciamento. A companhia precisa fazer um panorama da situação atual, por exemplo, quais são os produtos que possui, como estão os indicadores de venda e marketing, as falhas que seus serviços enfrentam no mercado, como o negócio é visto perante os concorrentes e demais perguntas relevantes. Feito isso, é preciso pensar em quais medidas serão aplicadas para resolver o problema.

É o momento de buscar novas ferramentas de gestão que podem ser usadas, para treinar a equipe, investir em inovação e realizar uma análise eficiente da concorrência e do mercado. Dessa forma, é mais fácil focar no cliente e compreender o que ele espera do negócio.

Então, é necessário colocar as ações traçadas em prática, considerando sempre a otimização, seguindo o projeto inicial e as metas, sem perder de vista que a gestão estratégica é um aprendizado contínuo. Mais do que um grupo de práticas a serem adotadas de uma só vez, essas ações precisam se integrar como parte da operação da companhia. O trabalho deve ser contínuo, acompanhado, averiguando sempre os resultados.

### 3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Nós da empresa PREÇO PREMIUM - ME pretendemos alcançar os objetivos almejados na Administração Estratégica que é o processo de planejar, executar e controlar. Abrange as áreas de marketing, operações, pessoas e finanças, conduzidas a partir de uma estratégia ampla da organização. A gestão estratégica é o conjunto de ações de gerenciamento dos recursos, com o intuito de alcançar as metas e os objetivos principais da empresa. Assim como o próprio nome sugere, a gestão estratégica serve para administrar e conduzir um negócio seguindo estratégias para alcançar seus objetivos gerais. A abordagem prescritiva delinea como as estratégias devem ser desenvolvidas. Ou seja, constrói um processo analítico mais completo, compreendendo todas as ameaças e as oportunidades da estratégia. Por outro lado, a abordagem descritiva foca na parte prática das estratégias. Isto é, como é possível aplicar as estratégias a partir de princípios gerais. A verdade é que não é possível desenvolver uma gestão estratégica sem considerar o planejamento estratégico. No entanto, trata-se de conceitos diferentes.

O planejamento estratégico é um plano, que tem o objetivo de analisar em que ponto a empresa está agora e onde ela quer chegar em uma quantidade específica de tempo. Para isso, deve-se traçar os processos que precisam ser feitos para alcançar as metas propostas. Esse é o planejamento da estratégia para atingir os objetivos. Quando o plano estiver pronto, é hora de colocar a mão na massa. É o momento de distribuir as tarefas, organizar os prazos e fazer o acompanhamento do processo. Isso é gestão. Em resumo, o planejamento estratégico é o “antes”, enquanto a gestão compreende o “durante”.

A Preço Premium teve sua gestão estratégica realizada pelos seus idealizadores e investidores do negócio, o primeiro passo foi determinar o local onde seria instalada a loja, capital de investimento e traçar as metas a partir da oportunidade encontrada pelos sócios. Foi analisada a força, fraqueza e oportunidades de negócio desde o início da implementação da empresa, foi verificado uma carência no fornecimento de produtos esportivos na região. A capitalização de recursos financeiros e empregar gastos mensais nos investimentos é o maior desafio inicial do negócio.

Tabela de gestão de recursos e capitais;

Aporte dos sócios	R \$100.000,00
Aluguel do espaço físico	R \$2.400,00
Salário de funcionários e encargos	R \$6.000,00
Produtos para revenda	R \$30.000,00
Água, energia, telefone e taxas	R \$5.000,00
Capital de giro	R \$30.000,00

Esperado faturamento bruto de R \$30.000,00 por mês para equilíbrio das contas fixas nos primeiros seis meses contando com lucro líquido de 50% sobre a mercadoria e R \$90.000,00 nos meses posteriores contando com os mesmos 50% de lucro líquido sobre a mercadoria. Nestes números teremos equilíbrio de contas nos primeiros meses de vida da empresa.

A visão dos sócios seria de 20% de lucro líquido sobre o faturamento para divisão igualmente entre as partes.

### **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

Liderar, pela inovação e rentabilidade, o setor de moda e lifestyle do país. Gucci.

Ser o líder mundial na indústria de artigos esportivos, com marcas construídas sobre uma paixão por esportes e um estilo de vida esportivo. Adidas.

To bring inspiration and innovation to every athlete\* in the world. Levar inspiração e inovação a todos os atletas do mundo. Nike.

Ser referência pela qualidade e atendimento no interior paulista, praticar e influenciar atletas em atividades sustentáveis. Preço Premium.

A missão se refere à atividade da empresa, o motivo pelo qual o seu negócio existe. Em outras palavras, a missão é a razão pela qual você arregaçou as mangas para tirar a sua marca do papel.

Missão, Visão e Valores são as partes de uma das mais importantes ferramentas de gestão que as empresas podem usar para definir a sua estratégia de negócio. É a partir da missão, visão e valores que as empresas alinham seu propósito e promovem a reflexão sobre o presente e futuro do empreendimento, para definir a visão da organização, é preciso pensar em quais são os objetivos do negócio a curto, médio e longo prazo. Mais do que metas organizacionais, no entanto, a visão deve refletir o que a empresa espera de si mesma, onde ela almeja chegar. A visão de uma empresa procura responder onde a empresa quer chegar e o que deseja ser no futuro. Sua visão deverá ser e conter o sonho de todos. Preferencialmente deve ser construída com a participação dos colaboradores, buscando expressar um sonho também desejável por eles.

Ser sustentável é ter atitudes e fazer escolhas socialmente responsáveis. Não se trata mais simplesmente de ações como não jogar lixo na rua, mas mudar a forma como percebemos a sociedade, adaptando nossos hábitos de consumo para escolhas mais sustentáveis. A sustentabilidade visa a preservação do meio ambiente, diminuindo o impacto negativo no planeta. Isso quer dizer que é possível viver confortavelmente tendo ações sustentáveis na rotina. Por exemplo, ao fazer uma reforma no apartamento você pode racionar o uso da água e evitar o desperdício de materiais.

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

Os valores de uma empresa são, em essência, suas crenças, filosofia e princípios que orientam negócios e atividades. São a motivação, o direcionamento, o posicionamento, o agir com foco nos objetivos e com ética.

Para uma empresa que se inicia todo o conteúdo das atividades que serão constituintes de sua história, como não é diferente a Preço Premium terá seus valores e missão pautados pela conduta e crenças de seus proprietários. Um novo conceito de empresa que se instala na cidade de Mogi Mirim que irá atuar no mercado de vestuário esportivo.

Tendo o conceito e o produto estipulado pelos proprietários da empresa, os primeiros conceitos de missão e visão para o futuro, começa a ser desenhado para

atender a estrutura do negócio. Assim nascem as missões e visões no nosso entendimento, para todas as marcas atuantes hoje no mercado.

Nosso conceito foi criado a partir de uma demanda retraída encontrada por nós os proprietários da empresa, identificando que na cidade onde a empresa foi instalada existe um público para o consumo de materiais esportivos onde a cidade não atendia este público.

Então foi criada a Preço Premium, loja destinada a moda e materias esportivos que visa atender todo a região de Mogi Mirim levando consigo o conceito de atuar com a missão de ser referência pela qualidade e atendimento e com uma missão de não ser somente uma empresa lucrativa, mas que emprega o tema sustentabilidade em suas atividades como praticar e influenciar atletas em atividades sustentáveis.

A empresa Preço Premium, tem como objetivo ser uma referência na cidade, empresa que inicia suas atividades com um baixo capital, mas com visão de futuro e deixando sua base sólida e apostando suas fichas e firmando a crença de seus objetivos, depositando seu futuro promissor baseado em sua missão, visão e valores.

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

O ser humano foi criado para viver em sociedade, mesmo com nossas diferenças, precisamos somar esforços, convivermos com harmonia, paz, respeitando as diferenças e reconhecendo os bons exemplos, ao invés das desavenças. Precisamos buscar o equilíbrio nas relações, a paz e a harmonia.

#### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

Sucesso e realização são conceitos geralmente associados à felicidade e ao alcance dos nossos sonhos e para que nos sintamos felizes e realizados, precisamos

conhecer o nosso propósito de vida, mas para que de fato alcancemos os nossos objetivos de vida, é necessário planejar de forma realista, objetiva e repleto de intencionalidade, para que seja viável e executável. Por isso, independentemente de nossos objetivos de curto ou longo prazo, seja no âmbito pessoal ou profissional, é necessário pensar estrategicamente os caminhos que vamos trilhar rumo à realização e alcance do nosso propósito.

Sendo assim, vamos oferecer 4 tópicos de reflexões e recursos que nos permitam pensar de forma estratégica e ações para o planejamento da nossa trajetória, rumo ao alcance dos nossos sonhos.

### **Tópico 1: AUTOCONHECIMENTO: EU, CAÇADOR DE MIM.**

O autoconhecimento de si mesmo é necessário para planejar e identificar as possíveis potencialidades em nosso contexto e nas concepções pessoais para a realização dos nossos sonhos. A análise FOFA/SWOT (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) é uma técnica de planejamento estratégico de autoanálise com duas perspectivas: uma interna que analisa a capacidade de aptidão e a outra externa que analisa as potencialidades e condições que podem influenciar de forma negativa ou positiva.

Um dos primeiros passos da análise é conhecer as **FORÇAS** que motivam a busca de nossas realizações pessoais ou profissionais. Na busca da realização profissional essas forças são os nossos conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos que podem ser aperfeiçoados e valorizados no mundo do trabalho e na área de atuação. Como por exemplo o domínio do segundo idioma, aptidão no uso de tecnologias emergentes na área de atuação, proatividade e capacidade analítica na resolução de problemas e experiência na condução de projetos e gestão de equipes.

Logo, quando já se sabe da trajetória profissional, é preciso analisar e identificar as **OPORTUNIDADES** da carreira de atuação. Quando se fala de oportunidades, fala-se de perspectivas externas e são fatores de proveito para alavancar na carreira podendo destacar como exemplo: uma vaga de trabalho em que as competências atendam o perfil solicitado, a chance de empreender um negócio, a atuação em uma nova área na profissão e a chance de se qualificar em uma nova área.

O desenvolvimento da carreira profissional exige o conhecimento de nossas limitações e **FRAQUEZAS**, sendo necessário realizar uma análise de perspectiva interna para que se tenha consciência das dificuldades ou elementos que podem dificultar ou criar barreiras que interferem no nosso propósito profissional. Temos como exemplos de fraqueza: a resistência em realizar trabalhos colaborativos, a falta de competência, dificuldade em lidar com frustrações e currículo desatualizado em relação aos propósitos traçados.

Já a **AMEAÇA** é uma influência externa denominada e analisada como perspectivas externas- como alterações legislativas, novas profissões na área, barreiras para empreender na profissão e altos custos na qualificação na carreira.

Portanto, com a análise FOFA/SWOT é possível identificar as forças, aproveitar as oportunidades que surgem, compreender as fraquezas e neutralizar as ameaças.

## **Tópico 2: FOCO: QUANDO NÃO SE SABE PARA ONDE VAI, QUALQUER CAMINHO SERVE.**

A construção da trajetória de vida é influenciada por fatores internos e externos, por isso os objetivos e planos devem ser organizados por meio de planejamento claro e viável, alinhado com o propósito de vida. Os objetivos e sonhos devem ser motivadores dos caminhos que vamos trilhar. Escolhas qualificadas com o uso da técnica brainstorming, conhecida como tempestade de ideias que relaciona seus planos, projetos, prioridades e ideias rumo ao propósito. Pode - se realizar brainstorming em grupo contribuindo para boas ideias.

As orientações básicas para uso da técnica brainstorming são: maior número de ideias, quanto mais criativa e inusitada a ideia, melhor, combinação e aprimoramento de ideias.

Podemos fazer o refinamento de ideias e a redução das incertezas, selecionando três alternativas para priorizar naquele momento da nossa vida. Na sequência, buscamos respostas para perguntas como:

- Quais são os desafios que o caminho exige?
- Quais das minhas competências serão exibidas nessa trajetória?

- Quais são as etapas a serem vencidas para alcançar os objetivos e caso o plano não se consolide?
- Quais outros caminhos posso seguir?

Outra boa técnica para a análise e refinamento de ideias é o funil de ideias que a partir de três momentos de análise enxuga as ideias mais viáveis. Essa ferramenta pode proporcionar algumas perguntas de análise como:

- Quem é você? O que sabe fazer? O que e quem conhece?
- O que você poderia fazer?
- Como você poderia fazer?

Por meio desse funil é possível traçar as possibilidades e verificar entre as alternativas respostas favoráveis e viáveis ao seu propósito. Para isso funcionar é necessário ter **diferenciação** que é fundamental para o profissional que faz em conta os pontos fortes e as competências que gera identidade profissional.

Como nos diferenciamos na carreira? Um caminho é analisar dois tipos básicos de habilidades que é **Hard skills** que são habilidades ou conhecimento técnicos que se adquirimos em algum curso e o outro é **Soft skills** que são habilidades comportamentais e interpessoais, ou seja, a forma de como nós nos relacionamos frente a outras pessoas. Podendo, alcançar aperfeiçoamento, como profissional, estudante, líderes, membros de grupos sociais e integrantes da família.

Para alcançar nossos projetos é preciso estabelecer objetivos, metas e indicadores. Sabendo o que é necessário para onde queremos chegar e o que é necessário para alcançar o objetivo é preciso traçar metas e avaliar os esforços.

Outro modelo de negócio é **canvas** e extremamente eficaz (e visual), pode - se utilizar para desenvolver canvas pessoal com perguntas como:

- Quem pode ajudar você?
- O que você faz?
- Como você pode contribuir?
- Como você interage com o cliente?
- Quem você pretende ajudar?
- Quem é você?

- Como os clientes ou empresas chegam até você?
- O que oferece em troca?
- O que você ganha?

Essas perguntas proporcionarão uma visão ampla, permitindo a criação ou adaptação do planejamento antes de executá-la. Preenchimento canvas é necessário pensar em respostas para perguntas. O canvas pode se aplicar em projetos que sejam relacionados em negócios ou a vida profissional permitindo o envolvimento no projeto e corrigir alguns erros, gerando uma oportunidade de melhoria para que se tenha sucesso no propósito.

Por fim, é necessário selecionar ideias mais viáveis e alinhadas ao nosso propósito é estabelecer metas claras e alcançáveis e identificar a direção que devemos seguir rumo à realização pessoal ou profissional.

### **Tópico 3: AÇÃO: 1% DE INSPIRAÇÃO E 99% DE TRANSPIRAÇÃO.**

O estabelecimento de metas claras e alcançáveis é um fator primordial para o alcance de nossos objetivos. Não basta apenas sonhar, tem que ter um propósito definido e agir, mas o planejamento é fundamental. Para isso, a técnica **Smart** nos orienta melhor os nossos objetivos e para isso é preciso atender cinco requisitos, ou seja, precisa ser específica e clara (S), para um desempenho medido (M), motivado e estimulado o profissional a atingi-la (A), colaborar com seu propósito profissional (R), dentro de um período de tempo exequível (T).

Para o alcance dos objetivos é preciso ter planos e colocar em ação para que se tenha resultados. E com a metodologia **PDCA**, auxilia na execução dos planos e projeto obtendo uma melhoria contínua rumo ao propósito. Essa ferramenta é representada por etapas: Planejamento (PLAN), Fazer (DO), Checar (CHECK) e Ação (ACT) e com ferramenta **PDCL** que é uma releitura do **PDCA**, no caso é substituído a última etapa do ciclo **Action (A)** para **Learn (L)**, que significa aprendizado que incorpora nossas ações na resolução de problemas encontrados.

Mas como isso se aplica na prática? No caso de um estudante universitário que não tem gestão do tempo equilibrada por exemplo, ele precisa identificar os Problemas, Ação a ser tomada e a Meta a se chegar e identificar as causas e motivos (Problemas), organizar o tempo (Ação) para que consiga alinhar as atividades do dia a dia com os

estudos e se dedicar ao menos uma hora do dia para leitura e prática dos exercícios (Meta).

Nos fins de semana organizar de maneira estratégica os horários de almoço, optar por leitura eletrônica ao invés de imprimir e agendar tudo de forma organizada. Também checar (Check) a agenda constantemente e verificar as prioridades e realizar as atividades e antecipar - se às entregas. E durante a semana pode acontecer alguns imprevistos e isso pode comprometer o tempo destinado aos estudos e por esse motivo é essencial disponibilizar horários para os fins de semana para que recupere possíveis exercícios atrasados, por tanto isso se refere Action (A). No **PDCL**, mostra que a última fase não trata - se apenas de tempo programado, mas sim dedicar tempo extras nos finais de semana aos estudos.

Tanto PDCA como PDCL são aperfeiçoamento do planejamento e é uma atitude contínua, de maneira ao alcance das metas e objetivos estabelecidos.

- **Tópico 4: AVALIAÇÃO: O QUE NÃO É MEDIDO, NÃO É GERENCIADO.**

O que não é medido não pode ser gerenciado, e sem indicadores, uma organização não consegue alcançar seus objetivos.

Tudo o que pode ser medido é matematicamente chamado de grandeza.

O Gerenciamento é o mesmo que: dirigido, administrado, coordenado. Segue 8 dicas de como administrar uma grande empresa

- Elabore um sólido planejamento estratégico. ...
- Estabeleça os indicadores-chave de desempenho. ...
- Promova uma comunicação interna de qualidade. ...
- Mantenha as finanças devidamente organizadas. ...
- Atente-se à gestão fiscal da empresa. ...
- Invista em inovação e tecnologia

**Para um gerenciamento eficiente, estruturado, segue exemplos abaixo:**

- Aperfeiçoe seus conhecimentos. ...
- Certified Scrum Master (CSM) ...
- Tenha um cronograma realista. ...

- Utilize indicadores de performance. ...
- Utilize metodologias de gestão de **projetos**. ...
- Planeje bem o escopo. ...
- Planeje bem os custos. ...

O que não é medido não pode ser controlado”. Essa frase de William Deming, teórico da qualidade total, conceito que tem como um dos princípios a satisfação do cliente, é elementar quando falamos em gestão.

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

Preparamos um pequeno vídeo para compartilhar a matriz SWOT do nosso novo empreendimento.

Segue o link: <https://youtu.be/K0kgeuWEePk>

## **4. CONCLUSÃO**

O trabalho desenvolvido teve como objetivo demonstrar o planejamento estratégico do novo empreendimento PREÇO PREMIUM - ME.

No plano estratégico foram constituídas as definições do negócio, visão, missão e princípios filosóficos da empresa, pelos líderes e equipe de colaboradores.

Após a definição deste projeto, teremos uma visão clara da empresa, da sua identidade e dos seus objetivos. Uma boa gestão empreendedora tem como foco principal trabalhar visando a melhoria na gestão, aplicando novos hábitos e práticas para otimizar a vida de todos os envolvidos.

Conduzir o próprio empreendimento está ligado a uma visão ampla para tomar as melhores decisões, o que torna algumas capacidades indispensáveis para dar início a um negócio expressivo.

O novo empreendimento teve como proposta ser mais acessível ao público, oferecer melhor qualidade de produto e excelência no atendimento ao cliente e o preço justo, com foco na satisfação do cliente.

De maneira objetiva, relacionado o amplo processo de administração estratégica com todos os níveis de operação da empresa, e implementando os objetivos estratégicos a longo prazo. Definindo metas claras a alcançar, fazendo que todos os setores atuem de forma coesa e otimizando os processos em toda a estrutura organizacional para que os objetivos sejam alcançados.

A companhia faz um panorama da situação atual, quais são os produtos que possui, como estão os indicadores de venda e marketing, as falhas que seus serviços enfrentam no mercado, como o negócio é visto perante os concorrentes.

A empresa PREÇO PREMIUM - ME pretende alcançar os objetivos almejados na Administração Estratégica que é o processo de planejar, executar e controlar.

Missão, visão e valores alinhados ao seu propósito e promovendo a reflexão sobre o presente e futuro do empreendimento, para definir a visão da organização, pensando quais são os objetivos do negócio a curto, médio e longo prazo.

Portanto, tendo em consideração o produto estipulado pelos proprietários da empresa, os primeiros conceitos de missão e visão para o futuro, começa a ser desenhado para entender a estrutura do negócio.

Nosso conceito foi criado a partir de uma demanda retraída encontrada por nós os proprietários da empresa, identificando que na cidade onde a empresa foi instalada existe um público que necessita de nossos produtos e qualidade e um bom preço e prezando pelo público em geral e mantendo como referência no mercado varejista.

## REFERÊNCIAS

O QUE É GESTÃO EMPREENDEDORA E COMO APLICAR NA SUA EMPRESA HOJE: O que é uma gestão empreendedora. [S. l.], 29 maio 2022. Disponível em: <https://codigosdebarrasbrasil.com.br/gestao-empreendedora/#:~:text=A%20gest%C3%A3o%20empreendedora%20%C3%A9%20a,ou%20do%20escrit%C3%B3rio%20em%20quest%C3%A3o>. Acesso em: 10 jun. 2023.

## ANEXOS

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

# RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** PROJETO BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**CURSO:** TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

**MÓDULO:** ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E GESTÃO EMPREENDEDORA

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

**ESTUDANTE:** ALEXANDRE VITA

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 2º TRIMESTRE DE 2023

### 2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Buscamos um nicho que todos tivessem familiaridade, dessa forma todos contribuíram no plano estratégico.

Desafio: Os maiores desafios foi a gestão do tempo, identificar nossos pontos fortes e fracos, identificar nosso objetivo, a escolha da cidade onde se localizará o empreendimento

Cronograma das Ações: A primeira reunião foi para escolha do nicho de mercado e qual seria nosso objetivo com esse plano estratégico. Em seguida houveram diversas reuniões para a troca de ideias e tomada de decisões.

Síntese das Ações: O grupo de sócios é formado por pessoas de diferentes cidades, por conta disso as reuniões foram realizadas de forma remota. Foram diversas reuniões via Google Meet.

- a. Aspectos positivos: Diferentes personalidades e consequentemente diferentes ideias e visões de mercado; reuniões construtivas e com tema definido; Grupo engajado; Possíveis parceiros de negócio (networking)
- b. Dificuldades encontradas: Escolha de nicho (que atendessem a todos); Visão limitada do mercado; Gestão do tempo (para todos participarem das reuniões).

c. Resultados atingidos: Objetivo de PI concluído da forma que organizamos desde o primeiro encontro (reunião); Empreendimento preparado para o sucesso; Motivação para empreender.

d. Sugestões / Outras observações: Seria interessante um projeto feito em formato Excel ou Power BI.

### 3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022100271	NOME ALEXANDRE VITA
RA 1012022100233	NOME EDER XAVIER
RA 1012023100118	NOME GABRIEL LOPES
RA 1012023100004	NOME SANDRO SOARES
RA 1012022100282	NOME THIAGO MENDES DA SILVA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** PROJETO BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**CURSO:** ADMINISTRAÇÃO

**MÓDULO:** ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E GESTÃO EMPREENDEDORA

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

**ESTUDANTE:** SANDRO SOARES SOBRINHO

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 2º TRIMESTRE DE 2023

### 5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Buscamos um nicho que todos tivessem familiaridade, dessa forma todos contribuíram no plano estratégico.

Desafio: Os maiores desafios foi a gestão do tempo, identificar nossos pontos fortes e fracos, identificar nosso objetivo, a escolha da cidade onde se localizará o empreendimento	
Cronograma das Ações: A primeira reunião foi para escolha do nicho de mercado e qual seria nosso objetivo com esse plano estratégico. Em seguida houveram diversas reuniões para a troca de ideias e tomada de decisões.	
Síntese das Ações: O grupo de sócios é formado por pessoas de diferentes cidades, por conta disso as reuniões foram realizadas de forma remota. Foram diversas reuniões via Google Meet.	
e. Aspectos positivos: Diferentes personalidades e conseqüentemente diferentes ideias e visões de mercado; reuniões construtivas e com tema definido; Grupo engajado; Possíveis parceiros de negócio (networking)	
f. Dificuldades encontradas: Escolha de nicho (que atendessem a todos); Visão limitada do mercado; Gestão do tempo (para todos participarem das reuniões).	
g. Resultados atingidos: Objetivo de PI concluído da forma que organizamos desde o primeiro encontro (reunião); Empreendimento preparado para o sucesso; Motivação para empreender.	
h. Sugestões / Outras observações: Seria interessante um projeto feito em formato Excel ou Power BI.	
<b>6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
RA 1012022100271	NOME ALEXANDRE VITA
RA 1012022100233	NOME EDER XAVIER
RA 1012023100118	NOME GABRIEL LOPES
RA 1012023100004	NOME SANDRO SOARES
RA 1012022100282	NOME THIAGO MENDES DA SILVA

## 7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** PROJETO BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**CURSO:** ADMINISTRAÇÃO

**MÓDULO:** ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E GESTÃO EMPREENDEDORA

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

**ESTUDANTE:** GABRIEL LOPES NARDI

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 2º TRIMESTRE 2023

## 8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Buscamos um nicho que todos tivessem familiaridade, dessa forma todos contribuíram no plano estratégico.

Desafio: Os maiores desafios foi a gestão do tempo, identificar nossos pontos fortes e fracos, identificar nosso objetivo, a escolha da cidade onde se localizará o empreendimento

Cronograma das Ações: A primeira reunião foi para escolha do nicho de mercado e qual seria nosso objetivo com esse plano estratégico. Em seguida houveram diversas reuniões para a troca de ideias e tomada de decisões.

Síntese das Ações: O grupo de sócios é formado por pessoas de diferentes cidades, por conta disso as reuniões foram realizadas de forma remota. Foram diversas reuniões via Google Meet.

i. Aspectos positivos: Diferentes personalidades e conseqüentemente diferentes ideias e visões de mercado; reuniões construtivas e com tema definido; Grupo engajado; Possíveis parceiros de negócio (networking)

j. Dificuldades encontradas: Escolha de nicho (que atendessem a todos); Visão limitada do mercado; Gestão do tempo (para todos participarem das reuniões).

k. Resultados atingidos: Objetivo de PI concluído da forma que organizamos desde o primeiro encontro (reunião); Empreendimento preparado para o sucesso; Motivação para empreender.

l. Sugestões / Outras observações: Seria interessante um projeto feito em formato Excel ou Power BI.

**9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA 1012022100271	NOME ALEXANDRE VITA
RA 1012022100233	NOME EDER XAVIER
RA 1012023100118	NOME GABRIEL LOPES
RA 1012023100004	NOME SANDRO SOARES
RA 1012022100282	NOME THIAGO MENDES DA SILVA

**RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO****10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE**

<b>RELATÓRIO:</b> PROJETO BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL
<b>MÓDULO:</b> ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E GESTÃO EMPREENDEDORA
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROFº LUIZ FERNANDO PANCINI E PROFº DANILO DOVAL
<b>ESTUDANTE:</b> EDER XAVIER
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º TRIMESTRE DE 2023

**11. DESENVOLVIMENTO**

Contextualização: Buscamos um nicho que todos tivessem familiaridade, dessa forma todos contribuíram no plano estratégico.
Desafio: Os maiores desafios foi a gestão do tempo, identificar nossos pontos fortes e fracos, identificar nosso objetivo, a escolha da cidade onde se localizará o empreendimento
Cronograma das Ações: A primeira reunião foi para escolha do nicho de mercado e qual seria nosso objetivo com esse plano estratégico. Em seguida houveram diversas reuniões para a troca de ideias e tomada de decisões.
Síntese das Ações: O grupo de sócios é formado por pessoas de diferentes cidades, por conta disso as reuniões foram realizadas de forma remota. Foram diversas reuniões via Google Meet.

m. Aspectos positivos: Diferentes personalidades e conseqüentemente diferentes ideias e visões de mercado; reuniões construtivas e com tema definido; Grupo engajado; Possíveis parceiros de negócio (networking)

n. Dificuldades encontradas: Escolha de nicho (que atendessem a todos); Visão limitada do mercado; Gestão do tempo (para todos participarem das reuniões).

o. Resultados atingidos: Objetivo de PI concluído da forma que organizamos desde o primeiro encontro (reunião); Empreendimento preparado para o sucesso; Motivação para empreender.

p. Sugestões / Outras observações: Seria interessante um projeto feito em formato Excel ou Power BI.

## 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022100271	NOME ALEXANDRE VITA
RA 1012022100233	NOME EDER XAVIER
RA 1012023100118	NOME GABRIEL LOPES
RA 1012023100004	NOME SANDRO SOARES
RA 1012022100282	NOME THIAGO MENDES DA SILVA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> PROJETO BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>CURSO:</b> TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA
<b>MÓDULO:</b> ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E GESTÃO EMPREENDEDORA
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROFº LUIZ FERNANDO PANCINI E PROFº DANILO DOVAL
<b>ESTUDANTE:</b> THIAGO MENDES DA SILVA
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º TRIMESTRE DE 2023

<b>14. DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Buscamos um nicho que todos tivessem familiaridade, dessa forma todos contribuiriam no plano estratégico.
Desafio: Os maiores desafios foi a gestão do tempo, identificar nossos pontos fortes e fracos, identificar nosso objetivo, a escolha da cidade onde se localizará o empreendimento
Cronograma das Ações: A primeira reunião foi para escolha do nicho de mercado e qual seria nosso objetivo com esse plano estratégico. Em seguida houveram diversas reuniões para a troca de ideias e tomada de decisões.
Síntese das Ações: O grupo de sócios é formado por pessoas de diferentes cidades, por conta disso as reuniões foram realizadas de forma remota. Foram diversas reuniões via Google Meet.
q. Aspectos positivos: Diferentes personalidades e consequentemente diferentes ideias e visões de mercado; reuniões construtivas e com tema definido; Grupo engajado; Possíveis parceiros de negócio (networking)
r. Dificuldades encontradas: Escolha de nicho (que atendessem a todos); Visão limitada do mercado; Gestão do tempo (para todos participarem das reuniões).
s. Resultados atingidos: Objetivo de PI concluído da forma que organizamos desde o primeiro encontro (reunião); Empreendimento preparado para o sucesso; Motivação para empreender.

t. Sugestões / Outras observações: Seria interessante um projeto feito em formato Excel ou Power BI.

**15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA 1012022100271	NOME ALEXANDRE VITA
RA 1012022100233	NOME EDER XAVIER
RA 1012023100118	NOME GABRIEL LOPES
RA 1012023100004	NOME SANDRO SOARES
RA 1012022100282	NOME THIAGO MENDES DA SILVA