



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM MARKETING

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO COMERCIAL

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

DIGITAL MAX

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM MARKETING

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO COMERCIAL

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

DIGITAL MAX

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Henrique Carnacini Soubihe, RA 100697

João Gabriel Coutinho Barbosa, RA 100564

Wagner Diego Fagundes Pereira, RA 100550

Yasmim Oliveira Taveira, RA 100730

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	7
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	7
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	10
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	13
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	13
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	15
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	17
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	18
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	20
4. CONCLUSÃO	20
REFERÊNCIAS	22
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	23

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do projeto é criar uma empresa com base em tudo que foi estudado em Gestão Empreendedora e Administração Estratégica, já que tudo começa com uma ideia de negócio promissora. Identifique um nicho de mercado ou uma necessidade não atendida e desenvolva uma proposta única de valor

Gestão empreendedora está constantemente buscando novas ideias e soluções para melhorar seus produtos, serviços e processos. Eles encorajam a criatividade e a experimentação dentro da organização, criando um ambiente propício à inovação.

A gestão empreendedora envolve a aplicação de características empreendedoras na administração de uma organização. Essa abordagem busca promover a inovação, a agilidade e o crescimento sustentável, permitindo que as empresas se destaquem em um mercado competitivo.

O principal objetivo da administração estratégica é garantir que a organização esteja alinhada com seu ambiente e seja capaz de se adaptar e se antecipar às mudanças. Ela envolve uma série de atividades, como análise da concorrência, identificação dos pontos fortes e fracos da organização, definição de vantagens competitivas, desenvolvimento de planos de ação e monitoramento dos resultados.

Ao adotar a administração estratégica, as organizações podem se tornar mais ágeis e adaptáveis às mudanças, identificar novas oportunidades de negócios, melhorar sua posição competitiva e alcançar melhores resultados a longo prazo. É um processo contínuo que requer análise constante do ambiente e ajustes nas estratégias conforme necessário.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O novo empreendimento proposto é a criação de uma empresa especializada em fornecer serviços de consultoria em marketing digital, a Digital Max. Nosso principal objetivo é auxiliar os negócios a alcançar um maior sucesso online, melhorando suas conversões por meio de estratégias eficazes. O nome escolhido para a empresa transmite a ideia de maximizar o potencial digital dos negócios, por meio de inovações e resultados sólidos. A empresa estará inserida no setor de serviços de consultoria, com foco em marketing digital.

No mercado de consultoria em marketing digital na região de São João da Boa Vista - SP, a Digital Max terá como concorrentes outras empresas do setor, como as agências Boom, Go Up, Digitalize e DigitalWeb, com base na pesquisa de mercado realizada, e que diretamente concorre com a nosso empreendimento. São todas empresas que têm como principais linhas de negócio: criação de anúncios online, gerenciamento de redes sociais, soluções em SEO e Google Ads. Será importante realizar uma análise detalhada da concorrência para identificar oportunidades de diferenciação e definir claramente os benefícios exclusivos que oferecemos aos clientes.

A Digital Max atende empresas de diversos portes e segmentos que desejam melhorar sua presença online e alcançar resultados efetivos por meio do marketing digital. Nosso principal público-alvo são empreendedores e pequenas e médias empresas que desejam aumentar sua visibilidade, gerar leads qualificados e aumentar suas vendas por meio de estratégias digitais.

A Digital Max oferecerá uma variedade de serviços de consultoria em marketing digital, incluindo:

- a. Análise e planejamento estratégico: Realizar uma análise completa do cenário atual do cliente, identificando pontos fortes, pontos fracos, ameaças no mercado e oportunidades de melhoria. Desenvolver um plano estratégico personalizado para alcançar os objetivos específicos do negócio. Nossas ferramentas iniciais para realizar isto, são: A análise SWOT, para identificar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças que cercam nossa rede de clientes. Além disso, para aprofundar a análise, utilizamos a análise Pestel, com objetivo de identificar os fatores externos e identificar oportunidades dentro de cada

negócio, lembrando que cada empresa tem fatores únicos, e que se bem aproveitados, diferenciam a abordagem em cada empreendimento.

- b. Otimização de presença online: Ajudar o cliente a otimizar sua presença online, incluindo website, mídias sociais, SEO (Search Engine Optimization), marketing de conteúdo e estratégias de branding digital.
- c. Campanhas de publicidade online: Criar e gerenciar campanhas de publicidade online, como anúncios no Google Ads, redes sociais e outras plataformas relevantes. Otimizar o investimento em anúncios para alcançar resultados efetivos e maximizar o retorno sobre o investimento.
- d. Gestão de mídias sociais: Desenvolver estratégias de mídias sociais para aumentar o engajamento, fortalecer a marca e criar uma comunidade online. Gerenciar perfis nas redes sociais, criar conteúdo relevante, monitorar métricas e interagir com os seguidores. A fim de passar confiança e credibilidade para os consumidores, e fidelizá-los.
- e. Marketing de conteúdo: Desenvolver estratégias para atrair e engajar o público-alvo, por meio da criação de blogs, e-books, vídeos e outros formatos de conteúdo.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

O marketing digital é um campo em constante evolução, com novas tecnologias, tendências e estratégias surgindo regularmente. Para ter sucesso, o empreendedor precisa estar sempre atualizado com as últimas novidades do setor. Isso pode ser feito por meio da participação em conferências, workshops, cursos de atualização, leitura de blogs e livros especializados, entre outras formas de aprendizado contínuo. A capacidade de antecipar tendências e adaptar-se às mudanças é fundamental para oferecer serviços relevantes e eficazes aos clientes.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para gerir uma empresa de consultoria em marketing digital, o empreendedor precisa compreender os principais conceitos, tendências e estratégias utilizadas no ambiente digital, afinal o conhecimento técnico vai agregar ao caráter de especialista necessário para construir a reputação da empresa no mercado. Além de entender como funcionam as principais redes sociais, SEO, Google Ads e marketing de conteúdo, o empreendedor também precisa ter senso crítico e analítico aguçados, de forma que fique possível encontrar a melhor solução para as dores dos clientes, sem contar na capacidade de antecipar tendências, identificar oportunidades, elaborar estratégias eficazes se adaptar a mudanças.

Embora o empreendedor precise ter conhecimentos e habilidades nessas áreas, é possível contar com uma equipe especializada para complementar as competências técnicas e operacionais necessárias para o negócio de consultoria em marketing digital.

A colaboração entre a equipe e o empreendedor será fundamental para o sucesso do empreendimento.

É importante ter uma cultura empreendedora dentro da empresa, incentivando os colaboradores a tomarem “atitudes de dono”, ou seja, se colocarem no lugar do empreendedor, buscando oportunidades no meio de trabalho. A Digital Max se preocupa em ser desburocratizada, trazer conforto a todas as equipes, reconhecendo o trabalho e progresso de cada um, e traçando planos de carreira para aqueles que tiverem os mesmos valores e força de vontade em crescer.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Com base no contexto de empreendedorismo, as possíveis fontes de capital escolhidas para a constituição da Digital Max foram os recursos de terceiros. Para tal, é importante explorar as possíveis linhas de crédito disponíveis e analisar o custo do capital praticado pelos bancos. Dentre as possibilidades, estão:

- a. Empréstimos empresariais: Muitos bancos oferecem empréstimos específicos para pequenas e médias empresas, com prazos e taxas de juros variáveis. É importante pesquisar diferentes instituições financeiras para comparar as condições e encontrar a opção mais adequada às necessidades da Digital Max.
- b. Linhas de crédito rotativo: São uma forma de financiamento flexível, em que o empreendedor tem acesso a uma quantia pré-aprovada que pode ser utilizada conforme necessário. O empreendedor paga juros apenas sobre o valor utilizado e pode reutilizar o crédito conforme o saldo é reembolsado. Essa opção pode ser interessante para empresas que enfrentam variações sazonais na demanda, como a Digital Max.
- c. Financiamento de capital de giro: É uma opção para cobrir as necessidades de caixa da empresa, como pagamento de salários, fornecedores e despesas operacionais. Existem linhas de crédito específicas para capital de giro, oferecidas por bancos e outras instituições financeiras, com taxas de juros e prazos variáveis.

Antes de seguir com qualquer que seja a fonte escolhida, é fundamental realizar uma pesquisa aprofundada com as instituições financeiras, utilizando informações sobre taxas de juros, prazos de pagamento e os requisitos para obtenção de crédito, além de realizar uma consultoria financeira para analisar a viabilidade do financiamento, considerando seus custos, as projeções de caixa e a expectativa de retornos da empresa.

Para o caso da Digital Max, foi realizada uma simulação simplificada considerando suas necessidades específicas e as soluções oferecidas para chegar em um valor para iniciar as operações. A Digital Max precisa de investimentos para adquirir equipamentos de alta tecnologia, contratar profissionais especializados em marketing digital, estabelecer uma presença online sólida e desenvolver estratégias de marketing eficazes para atrair clientes. Além disso, é necessário reservar um capital de giro inicial para cobrir despesas operacionais nos primeiros meses. Para atender a essas necessidades, a Digital Max pode considerar as seguintes soluções financeiras:

- a. Empréstimo empresarial: Utilizado para financiar a aquisição dos equipamentos de alta tecnologia necessários para as operações da empresa, bem como para cobrir parte dos custos de contratação de profissionais especializados.
- b. Linha de crédito rotativo: Reserva de capital de giro para cobrir despesas operacionais regulares, como pagamento de salários, aluguel e contas de serviços públicos. Isso garante que a Digital Max tenha capital disponível quando necessário, sem a necessidade de contrair um empréstimo a cada vez.

Com base nas necessidades descritas, estima-se que a Digital Max precise de um investimento inicial de aproximadamente R\$200.000,00. Esse valor inclui a aquisição de equipamentos, contratação de pessoal, investimento em marketing da empresa e capital de giro para os primeiros meses de operação. Embora o mercado de marketing digital seja altamente competitivo, o setor apresenta oportunidades de crescimento significativas devido à demanda crescente por serviços digitais. No entanto, é importante considerar os riscos associados à volatilidade do mercado, à necessidade de acompanhar as tendências e inovações tecnológicas e à concorrência acirrada.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A Digital Max Consultoria em Marketing Digital é uma empresa inovadora que visa ajudar empresas de diversos setores a alcançar maior sucesso online por meio de estratégias eficazes de marketing digital. Nosso objetivo é maximizar a visibilidade, o engajamento e a conversão de negócios com soluções personalizadas e focadas em resultados.

A Digital Max atua em um mercado altamente dinâmico e em constante evolução, que tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, à medida que as empresas reconhecem a importância de estabelecer uma presença online forte e eficaz para alcançar seu público-alvo de maneira mais eficiente. A transformação digital tem impulsionado esse crescimento, com mais consumidores pesquisando e comprando produtos e serviços online. Além disso, a pandemia da COVID-19 acelerou ainda mais a adoção do marketing digital, à medida que as empresas buscavam formas de se adaptar às restrições e restrições de distanciamento social. Empresas de todos os portes e segmentos têm reconhecido a importância de estabelecer uma presença online forte e eficaz para se destacar da concorrência e alcançar o público-alvo de maneira mais eficiente.

No mercado de consultoria em marketing digital, a Digital Max terá como alguns de seus principais concorrentes, as agências mencionadas anteriormente, “Boom”, “Go Up”, “Digitalize” e “DigitalWeb”, sem contar que existem outras empresas de consultoria em marketing digital, tanto locais quanto nacionais, que competem pela mesma fatia de mercado. Para se destacar nesse cenário competitivo, a Digital Max precisa enfatizar seus diferenciais exclusivos, como sua abordagem estratégica personalizada, equipe altamente qualificada e foco em resultados mensuráveis, mas, principalmente, a Digital Max vai precisar que seus clientes conheçam e valorizem esses diferenciais.

A Digital Max atenderá empresas de diferentes portes e segmentos que desejam melhorar sua presença online e obter resultados efetivos por meio do marketing digital. Nosso público-alvo principal são empreendedores, pequenas e médias empresas que

buscam aumentar sua visibilidade, gerar leads qualificados e impulsionar suas vendas por meio de estratégias digitais. Nossos clientes vêm de diversos setores, como varejo, serviços, saúde, tecnologia, alimentação e entretenimento. Eles reconhecem a importância do marketing digital para impulsionar o crescimento de seus negócios e estão dispostos a investir em estratégias eficazes nessa área.

A Digital Max oferecerá uma ampla gama de serviços de consultoria em marketing digital, adaptados às necessidades específicas de cada cliente:

- a. **Análise e planejamento estratégico:** Realizar uma análise detalhada do cenário atual do cliente, identificando pontos fortes, oportunidades de melhoria e ameaças do ambiente digital. Com base nessa análise, desenvolver um plano estratégico personalizado para alcançar os objetivos específicos do negócio. Para realizar a análise estratégica serão utilizados recursos como a análise SWOT e Pestel, a fim de aprofundar os conhecimentos e oportunidades dentro do mercado interno e externo.

Conjuntamente será analisado o Customer Journey, mapeando o público-alvo de cada empreendimento, avaliando como o cliente conheceu a marca e os estímulos que o levam até a compra. Para enfim, ter foco em uma jornada que gere uma boa experiência e realização em cada compra de produto e/ou serviço.

O planejamento estratégico será realizado após serem feitas todas as análises, indicando o melhor caminho a ser traçado para alcançar o objetivo de cada cliente. É importante neste processo, mostrar ao cliente o passo a passo que a Digital Max seguirá, aceitando sugestões do mesmo, e se conectando com as particularidades que cada empreendimento possui.

- b. **Otimização de presença online:** Ajudar o cliente a otimizar sua presença online, incluindo o website, mídias sociais, SEO (Search Engine Optimization), marketing de conteúdo e estratégias de branding digital. Desenvolver uma

- abordagem integrada para garantir uma presença online consistente e impactante.
- c. Campanhas de publicidade online: Criar e gerenciar campanhas de publicidade online, como anúncios no Google Ads, redes sociais e outras plataformas relevantes. Otimizar o investimento em anúncios para alcançar resultados efetivos e maximizar o retorno sobre o investimento (ROI) do cliente.
 - d. Gestão de mídias sociais: Desenvolver estratégias de mídias sociais para aumentar o engajamento, fortalecer a marca e criar uma comunidade online em torno do negócio. Gerenciar perfis nas principais redes sociais, criar conteúdo relevante e atrativo, monitorar métricas de desempenho e interagir com os seguidores para construir relacionamentos duradouros com o público-alvo. Assim fidelizando os clientes a marca, através de uma abordagem próxima e única.
 - e. Marketing de conteúdo: Desenvolver estratégias de marketing de conteúdo para atrair e engajar o público-alvo por meio da criação de blogs, e-books, vídeos e outros formatos de conteúdo relevante e informativo. Essas estratégias ajudarão a estabelecer a autoridade da marca, a fortalecer o relacionamento com os clientes e a gerar leads qualificados.
 - f. Gestão de campanhas de e-mail marketing: Desenvolver estratégias de e-mail marketing eficazes para alcançar os clientes em potencial e manter um relacionamento consistente com os clientes existentes. Isso inclui a criação de campanhas de e-mail personalizadas, segmentação de público-alvo, automação de marketing por e-mail e análise de métricas de desempenho. É essencial a atuação da marca no mercado para atrair novos clientes, e não menos importante, o pós venda, nela terão estratégias pensadas para melhorar a experiência do consumidor, fidelizá-los.
 - g. Estratégias de marketing de influência: Identificar influenciadores relevantes em diferentes nichos e desenvolver estratégias de colaboração para promover a marca e alcançar um público mais amplo. Isso inclui a identificação dos

influenciadores certos para cada cliente, a negociação de parcerias e a criação de conteúdo autêntico e envolvente.

- h. Monitoramento e análise de dados: Utilizar ferramentas avançadas de análise de dados para monitorar o desempenho das campanhas, identificar tendências e oportunidades de melhoria. Isso permite que a Digital Max ajuste suas estratégias de marketing digital de forma contínua, com base em dados concretos.

Embora a Digital Max esteja posicionada em um mercado com alto potencial de crescimento, é importante reconhecer os riscos envolvidos. Além da concorrência acirrada, a empresa também deve se preparar para o constante desenvolvimento de tecnologias e plataformas online. Isso requer uma equipe altamente qualificada e atualizada, capaz de se adaptar às mudanças e oferecer soluções inovadoras aos clientes. Além disso, a Digital Max precisa acompanhar as mudanças nas tendências do mercado e nas preferências do consumidor para se manter relevante e competitiva. No entanto, com foco estratégico, portfólio diversificado de serviços e compromisso com a qualidade e a satisfação do cliente, a Digital Max está bem posicionada para enfrentar esses desafios e prosperar no mercado de consultoria em marketing digital.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é fundamental para o sucesso e crescimento de qualquer negócio, afinal é ela que define a direção em que a empresa pretende seguir e as principais ações que serão tomadas para alcançar seus objetivos. A implementação e o acompanhamento adequados da estratégia são essenciais para garantir que a empresa esteja no caminho certo e possa se adaptar às mudanças do ambiente de negócios.

Considerando a etapa de implementação da estratégia empresarial, a primeira fase deve contemplar o estabelecimento de metas claras e mensuráveis, alinhadas à visão e missão da empresa e, uma vez que definidas, essas metas precisam ser comunicadas a toda a equipe para garantir que todos estejam alinhados e trabalhem na

mesma direção. Depois, é necessário analisar de forma abrangente os ambientes externo e interno da empresa. Isso inclui avaliar a concorrência, as tendências de mercado, as oportunidades e ameaças, bem como identificar os pontos fortes e fracos internos da organização, a fim de obter informações e dados valiosos para a formulação da estratégia, que é o passo seguinte. Nessa fase, a análise dos ambientes é usada como base de dados para identificar as melhores estratégias competitivas, como diferenciação ou foco em um nicho específico, além de levar em conta a alocação de recursos, a definição de segmentos de mercado-alvo e a seleção das principais iniciativas que serão implementadas para alcançar os objetivos estabelecidos. Por fim, é necessário desenvolver um plano de ação detalhado que estabeleça responsabilidades, prazos, recursos necessários e indicadores-chave de desempenho (KPIs) para monitorar o progresso. A execução eficaz do plano de ação requer uma comunicação clara, alinhamento da equipe, monitoramento constante e ajustes quando for necessário.

Quanto à questão do acompanhamento por parte dos gestores, uma das principais formas de monitoramento é por meio dos KPIs, pois isso possibilita que o progresso em relação às metas estabelecidas sejam avaliadas constantemente e que possíveis problemas sejam corrigidos o quanto antes. Esses indicadores podem incluir métricas como crescimento da receita, taxas de conversão, custo de aquisição do cliente, satisfação dos consumidores, tempo de fechamento da venda, ticket médio, retorno sobre investimento em campanhas, etc. Além disso, os gestores podem organizar revisões periódicas para adaptação da estratégia. Dessa maneira, a empresa se torna flexível e adaptável às mudanças no mercado, podendo se manter competitiva mesmo com cenários adversos. Por último mas não menos importante, a comunicação e engajamento de toda a equipe são responsabilidades dos gestores, para que todos estejam alinhados para alcançar os objetivos da empresa, sem contar que podem surgir insights e feedbacks muito importantes vindos dos funcionários.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Os conceitos de missão, visão e valores são componentes essenciais do planejamento estratégico de uma empresa, pois ajudam a definir sua identidade, propósito e direção. Para facilitar o entendimento dos conceitos, serão usados exemplos reais da PepsiCo, do Itaú e da Bayer, que foram escolhidas por serem empresas de grande porte, reconhecidas por seu sucesso operacional e estratégico em seus respectivos mercados.

- a. Missão: É o propósito fundamental da empresa, ou seja, o motivo pelo qual ela existe e o que busca oferecer aos seus clientes e stakeholders. É uma declaração concisa que orienta as atividades da organização e a diferencia das demais.
 - PepsiCo: "Ser a principal empresa de alimentos e bebidas do mundo, oferecendo produtos que agradem ao paladar e nutram a vida das pessoas, desde momentos de indulgência até momentos de nutrição."
 - Itaú: "Construir relacionamentos sólidos, duradouros e benéficos com nossos clientes, oferecendo soluções financeiras confiáveis e inovadoras para atender suas necessidades."
 - Bayer: "Descobrir, desenvolver e fornecer soluções inovadoras em saúde e agricultura que melhorem a qualidade de vida das pessoas em todo o mundo."

Essas declarações de missão refletem o propósito central de cada empresa, destacando o que elas buscam entregar aos seus clientes e como desejam impactar a vida das pessoas.

- b. Visão: É uma descrição futurística de onde ela almeja estar a longo prazo, fornecendo uma direção clara e inspiradora. É uma imagem do futuro que a empresa busca criar por meio de seus esforços estratégicos.
 - PepsiCo: "Ser a empresa líder global em alimentos e bebidas, superando as expectativas dos consumidores e investidores, impulsionando um crescimento sustentável e lucrativo."

- Itaú: "Ser reconhecido como o banco líder em excelência, inovação e sustentabilidade, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social dos países em que atuamos."
- Bayer: "Ser uma empresa líder em ciências da vida, melhorando a saúde das pessoas, protegendo o meio ambiente e criando valor sustentável para os clientes, acionistas e sociedade em geral."

Essas visões de futuro refletem a ambição das empresas em serem líderes em seus setores, fornecendo valor para seus clientes, acionistas e sociedade como um todo.

c. Valores: São princípios éticos e crenças fundamentais que orientam o comportamento e as decisões dentro da empresa. Eles moldam a cultura organizacional e servem como um guia para os colaboradores agirem em conformidade com os princípios estabelecidos.

- PepsiCo: Os valores da PepsiCo incluem integridade, responsabilidade, diversidade e inclusão, empoderamento e respeito mútuo. Eles buscam criar um ambiente de trabalho inclusivo, ético e que valorize a diversidade.
- Itaú: Os valores do Itaú incluem ética, transparência, excelência, inovação e sustentabilidade. Eles promovem a responsabilidade social e ambiental, buscando criar valor de forma ética e sustentável.
- Bayer: Os valores da Bayer incluem inovação, sustentabilidade, responsabilidade e excelência. Eles estão comprometidos em desenvolver soluções inovadoras que atendam às necessidades da sociedade e contribuam para um futuro mais sustentável.

Esses valores orientam as ações e decisões das empresas, moldando sua cultura e influenciando suas práticas de negócios.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Tomando como base todas as informações e as características da Digital Max, o novo empreendimento, foi feita a seguinte proposta de missão, visão e valores, para orientarem suas atividades e direcionando seu comportamento e decisões estratégicas:

- a. Missão: Nossa missão é capacitar empresas de diversos setores a alcançar o sucesso no mundo digital, oferecendo soluções estratégicas de marketing digital e promovendo a maximização de sua presença online. Buscamos proporcionar aos nossos clientes uma vantagem competitiva, impulsionando sua visibilidade, engajamento e resultados por meio de estratégias inovadoras e eficazes.
- b. Visão: Ser reconhecidos como a principal referência em consultoria em marketing digital, destacando-nos pela excelência de nossos serviços e pela capacidade de gerar impacto positivo nos negócios de nossos clientes. Almejamos ser uma empresa líder, impulsionando o crescimento e o sucesso de empresas de todos os portes, por meio do aproveitamento máximo das oportunidades oferecidas pelo ambiente digital.
- c. Valores:
 - Excelência: Buscamos sempre a excelência em tudo o que fazemos, desde a prestação de serviços até o atendimento ao cliente. Comprometemo-nos com a entrega de resultados de alta qualidade e a superação das expectativas dos nossos clientes.
 - Inovação: Valorizamos a inovação como um pilar fundamental de nossas soluções. Estamos constantemente atualizados sobre as tendências do mercado digital e buscamos oferecer abordagens criativas e disruptivas para impulsionar o sucesso dos nossos clientes.

- **Parceria:** Acreditamos na construção de parcerias sólidas e duradouras com nossos clientes. Colocamos um forte foco na comunicação aberta, na colaboração e na compreensão das necessidades e objetivos individuais de cada cliente.
- **Franqueza:** Nossos relacionamentos são baseados em princípios éticos e na transparência. Comprometemo-nos em agir com honestidade, responsabilidade e respeito em todas as interações com nossos clientes, colaboradores e parceiros.
- **Orientação para resultados:** Nossa abordagem é orientada para resultados, buscando sempre a eficácia e o impacto tangível para os negócios de nossos clientes. Trabalhamos de forma estratégica e focada, visando alcançar metas mensuráveis e impulsionar o sucesso dos nossos clientes.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Tópico 1: Autoconhecimento: eu, caçador de mim

Na Digital Max, valorizamos o autoconhecimento como um ponto fundamental para o sucesso das estratégias de marketing digital. Antes de desenvolver qualquer plano ou campanha, buscamos compreender a essência e identidade de cada empresa com a qual trabalhamos. Isso envolve entender seus valores, objetivos, público-alvo e concorrência. Por exemplo, ao realizar uma análise SWOT e uma análise Pestel, identificamos os pontos fortes e fracos do negócio, bem como as oportunidades e ameaças presentes no mercado. Essas informações nos permitem desenvolver um plano estratégico personalizado, alinhado com os objetivos específicos de cada empresa.

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

Na Digital Max, entendemos a importância do foco para alcançar resultados efetivos no marketing digital. Trabalhamos em estreita colaboração com nossos clientes para estabelecer metas claras e definir um caminho estratégico para alcançá-las. Por

exemplo, ao otimizar a presença online de uma empresa, concentramos nossos esforços em áreas-chave, como aprimoramento de websites, estratégias de SEO, marketing de conteúdo e gestão de mídias sociais. Essa abordagem direcionada nos permite maximizar o impacto das ações realizadas, gerando maior visibilidade, engajamento e conversões.

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

Na Digital Max, acreditamos que o sucesso no marketing digital requer não apenas inspiração, mas também esforço e trabalho árduo. Nossa equipe dedicada está pronta para agir e implementar as estratégias definidas. Por exemplo, ao criar e gerenciar campanhas de publicidade online, como anúncios no Google Ads e redes sociais, trabalhamos com afinco para otimizar o investimento em anúncios e maximizar o retorno sobre o investimento. Além disso, desenvolvemos conteúdo relevante e envolvente para as mídias sociais, monitoramos métricas de engajamento e interagimos com os seguidores para fortalecer a marca e criar uma comunidade online.

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

Na Digital Max, compreendemos a importância da avaliação contínua no marketing digital. Utilizamos métricas e ferramentas de análise para acompanhar o desempenho das estratégias implementadas e realizar ajustes conforme necessário. Por exemplo, ao realizar campanhas de publicidade online, monitoramos as taxas de cliques, conversões e retorno sobre o investimento para garantir que os recursos sejam alocados de forma eficiente. Além disso, analisamos métricas de mídias sociais, como alcance, engajamento e crescimento de seguidores, para avaliar o impacto das estratégias adotadas. Essa avaliação constante nos permite tomar decisões informadas e maximizar os resultados alcançados.

Em resumo, a Digital Max é uma empresa de consultoria em marketing digital que valoriza o autoconhecimento, o foco, a ação e a avaliação como pilares fundamentais para o sucesso. Utilizamos exemplos práticos, como análise SWOT, análise Pestel, otimização de presença online, criação e gerenciamento de campanhas de publicidade online, gestão de mídias sociais e análise de métricas, para desenvolver estratégias personalizadas e ajudar as empresas a alcançarem resultados efetivos no ambiente digital.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Bons empreendedores seguem e aderem a procedimentos específicos, entendem bem sua área de atuação e desenvolvem um plano de negócios que aborde todas as questões conceituais e burocráticas para atingir o profissionalismo e o crescimento do negócio, e novos métodos e novas soluções devem ser buscados. O sucesso empresarial depende de quando você se compromete com sua empresa e dá tudo de si.

O banner foi desenvolvido para ajudar os empreendedores a entender melhor como criar uma análise SWOT pessoal de forma prática e didática.

 ANÁLISE SWOT PESSOAL.pdf

4. CONCLUSÃO

O objetivo geral do Projeto Integrado foi desenvolver os temas abordados em aula, trazendo mais solidez e robustez ao aprendizado do grupo, através da criação e desenvolvimento de uma empresa. Nesse sentido, foi realizada uma revisão das áreas de Administração Estratégica e Gestão Empreendedora visando suportar o propósito da Digital Max, empreendimento desenvolvido.

Sabemos que um bom planejamento depende de objetivos claros e consistentes. Por isso, a equipe levantou e avaliou qual seria o principal objetivo do negócio, sua missão, independente de qual produto ou serviço fosse abordado. Concluimos, após um BrainStorm, que nossa missão é capacitar empresas de diversos setores a alcançar o sucesso no mundo.

Por isso, a Digital Max nasceu, pois através das oportunidades que o mundo digital oferece e do repertório do grupo, conseguimos entregar aos clientes participação efetiva dentro do mercado, uma vantagem competitiva, de diferenciação que traz visibilidade, engajamento e resultados.

A fim de solidificar nossas ideias, foi realizado todo o levantamento e avaliação de quais são as informações mais relevantes e que influenciam direta e indiretamente esse empreendimento. Para assim, identificar pontos fortes e fracos deste novo negócio.

Nós buscamos o reconhecimento e a referência dentro do ramo de consultoria em marketing digital. Ser uma líder, auxiliando outras empresas a crescerem através do nosso trabalho e nossos valores. Estes valores, que são a essência da Digital Max.

Temos como princípio a Excelência, Inovação, Parceria, Franqueza e Orientação para Resultados. Todos juntos formam a nossa filosofia, o modelo de clima organizacional que buscamos e instigamos dentro de nossas equipes e colaboradores.

Com o objetivo de identificar se nosso plano de ação e missão estão sendo bem executados é fundamental o uso de KPIs, estes essenciais para o acompanhamento da saúde do negócio.

Finalmente, mas não tão importante quanto cada etapa da criação deste empreendimento, é o nosso aprendizado. Uma das principais dificuldades que encontramos foi humanizar um ramo tão latente de novos negócios e tecnologias. Por isso, o ambiente corporativo é parte fundamental para a realização, pois através do incentivo aos colaboradores, estamos sempre aprimorando as capacidades e conhecimentos dos diversos ramos. E temos como maior diferencial a busca pela capacitação e interação dos nossos profissionais.

No término do desenvolvimento da Digital Max, tivemos a percepção de que falta muita pesquisa para se pensar em concluí-lo. Percebemos também, o quanto temos a aprender diante da constante movimentação do mercado, e das áreas estudadas neste pequeno período de tempo, todavia admitimos o quão foi enriquecedor o conhecimento e a prática obtidos através do Projeto Integrado.

REFERÊNCIAS

SEBRAE: Gestão Empreendedora. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/temas/gestao-estrategica/gestao-empreen-dedora>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

PEPSICO: Quem Somos. Disponível em: <<https://www.pepsico.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ITAÚ UNIBANCO: Sobre o Itaú Unibanco. Disponível em: <<https://www.itau.com.br/sobre/>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

BAYER BRASIL: Quem Somos. Disponível em: <<https://www.bayer.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Brainstorming empresarial
CURSO: Tecnologia Em Logística
MÓDULO: 2º trimestre
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves
ESTUDANTE: Wagner Diego Fagundes Pereira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: maio/2023 a junho/2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: A partir do acompanhamento das aulas dos módulos de gestão empreendedora e administração estratégica, foi proposta a criação de um novo empreendimento pela equipe. No caso, foi escolhida a criação de uma agência de consultoria em marketing digital, a Digital Max.
Desafio: Os maiores desafios foram entender como funciona a obtenção de capital para abrir uma nova empresa e também garantir que não estávamos deixando nenhuma parte importante de fora.
Cronograma das Ações: Com base na disponibilidade de horários de cada integrante, foi programado um itinerário para que todos pudessem colaborar de forma equilibrada no desenvolvimento do projeto.
Síntese das Ações: Todos os integrantes fizeram suas próprias pesquisas acerca dos temas propostos e foi feita uma reunião remota para compartilhamento de informações e decisão de qual seria o empreendimento escolhido. Depois, dividimos o trabalho e realizamos encontros periódicos para discutir dúvidas e monitorar nosso progresso, além de manter a comunicação diariamente por um grupo no WhatsApp.
a. Aspectos positivos: Foi muito interessante usar a criatividade para inventar uma empresa do zero, imaginar como gostaríamos que ela fosse vista no mercado e poder colocar conhecimentos aprendidos na teoria em prática.
b. Dificuldades encontradas: Entender todos os conceitos e como interligá-los na prática, garantindo que tudo estivesse no devido lugar.

c. Resultados atingidos: Conseguimos fundar a empresa fictícia, conhecemos todas as competências necessárias ao empreendedor e enxergamos como os conceitos de missão, visão e valores são peças chave no planejamento estratégico de uma empresa.

d. Sugestões / Outras observações: Não tivemos sugestões ou outras observações.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 100697	Henrique Carnacini Soubihe
RA 100564	João Gabriel Coutinho Barbosa
RA 100550	Wagner Diego Fagundes Pereira
RA 100730	Yasmim Oliveira Taveira

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Brainstorming empresarial

CURSO: Tecnologia em Marketing

MÓDULO: 2º trimestre

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves

ESTUDANTE: João Gabriel Coutinho Barbosa

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: maio/2023 a junho/2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: A partir do acompanhamento das aulas dos módulos de gestão empreendedora e administração estratégica, foi proposta a criação de um novo empreendimento pela equipe. No caso, foi escolhida a criação de uma agência de consultoria em marketing digital, a Digital Max.

Desafio: Os maiores desafios foram entender como funciona a obtenção de capital para abrir uma nova empresa e também garantir que não estávamos deixando nenhuma parte importante de fora.

Cronograma das Ações: Com base na disponibilidade de horários de cada integrante, foi programado um itinerário para que todos pudessem colaborar de forma equilibrada no desenvolvimento do projeto.

Síntese das Ações: Todos os integrantes fizeram suas próprias pesquisas acerca dos temas propostos e foi feita uma reunião remota para compartilhamento de informações e decisão de qual seria o empreendimento escolhido. Depois, dividimos o trabalho e realizamos encontros periódicos para discutir dúvidas e monitorar nosso progresso, além de manter a comunicação diariamente por um grupo no WhatsApp.

e. Aspectos positivos: Foi muito interessante usar a criatividade para inventar uma empresa do zero, imaginar como gostaríamos que ela fosse vista no mercado e poder colocar conhecimentos aprendidos na teoria em prática.

f. Dificuldades encontradas: Entender todos os conceitos e como interligá-los na prática, garantindo que tudo estivesse no devido lugar.

g. Resultados atingidos: Conseguimos fundar a empresa fictícia, conhecemos todas as competências necessárias ao empreendedor e enxergamos como os conceitos de missão, visão e valores são peças chave no planejamento estratégico de uma empresa.

h. Sugestões / Outras observações: Não tivemos sugestões ou outras observações.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 100697	Henrique Carnacini Soubihe
RA 100564	João Gabriel Coutinho Barbosa
RA 100550	Wagner Diego Fagundes Pereira
RA 100730	Yasmim Oliveira Taveira

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Brainstorming empresarial
CURSO: Gestão Comercial
MÓDULO: 1 trimestre
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves
ESTUDANTE: Yasmim Oliveira Taveira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: maio/23 a jun/23

8. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: A partir do acompanhamento das aulas dos módulos de gestão empreendedora e administração estratégica, foi proposta a criação de um novo empreendimento pela equipe. No caso, foi escolhida a criação de uma agência de consultoria em marketing digital, a Digital Max.
Desafio: Os maiores desafios foram entender como funciona a obtenção de capital para abrir uma nova empresa e também garantir que não estávamos deixando nenhuma parte importante de fora.
Cronograma das Ações: Com base na disponibilidade de horários de cada integrante, foi programado um itinerário para que todos pudessem colaborar de forma equilibrada no desenvolvimento do projeto.
Síntese das Ações: Todos os integrantes fizeram suas próprias pesquisas acerca dos temas propostos e foi feita uma reunião remota para compartilhamento de informações e decisão de qual seria o empreendimento escolhido. Depois, dividimos o trabalho e realizamos encontros periódicos para discutir dúvidas e monitorar nosso progresso, além de manter a comunicação diariamente por um grupo no WhatsApp.
<ul style="list-style-type: none"> i. Aspectos positivos: Foi muito interessante usar a criatividade para inventar uma empresa do zero, imaginar como gostaríamos que ela fosse vista no mercado e poder colocar conhecimentos aprendidos na teoria em prática.
<ul style="list-style-type: none"> j. Dificuldades encontradas: Entender todos os conceitos e como interligá-los na prática, garantindo que tudo estivesse no devido lugar.

k. Resultados atingidos: Conseguimos fundar a empresa fictícia, conhecemos todas as competências necessárias ao empreendedor e enxergamos como os conceitos de missão, visão e valores são peças chave no planejamento estratégico de uma empresa.

l. Sugestões / Outras observações: Não tivemos sugestões ou outras observações.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 100697	Henrique Carnacini Soubihe
RA 100564	João Gabriel Coutinho Barbosa
RA 100550	Wagner Diego Fagundes Pereira
RA 100730	Yasmim Oliveira Taveira

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Brainstorming Empresarial

CURSO: Administração

MÓDULO: 1º trimestre

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Tais Helena Gonçalves

ESTUDANTE: Henrique Carnacini Soubihe

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: maio 23 a junho 23

11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: A partir do acompanhamento das aulas dos módulos de gestão empreendedora e administração estratégica, foi proposta a criação de um novo empreendimento pela equipe. No caso, foi escolhida a criação de uma agência de consultoria em marketing digital, a Digital Max.

Desafio: Os maiores desafios foram entender como funciona a obtenção de capital para abrir uma nova empresa e também garantir que não estávamos deixando nenhuma parte importante de fora.

Cronograma das Ações: Com base na disponibilidade de horários de cada integrante, foi programado um itinerário para que todos pudessem colaborar de forma equilibrada no desenvolvimento do projeto.

Síntese das Ações: Todos os integrantes fizeram suas próprias pesquisas acerca dos temas propostos e foi feita uma reunião remota para compartilhamento de informações e decisão de qual seria o empreendimento escolhido. Depois, dividimos o trabalho e realizamos encontros periódicos para discutir dúvidas e monitorar nosso progresso, além de manter a comunicação diariamente por um grupo no WhatsApp.

m. Aspectos positivos: Foi muito interessante usar a criatividade para inventar uma empresa do zero, imaginar como gostaríamos que ela fosse vista no mercado e poder colocar conhecimentos aprendidos na teoria em prática.

n. Dificuldades encontradas: Entender todos os conceitos e como interligá-los na prática, garantindo que tudo estivesse no devido lugar.

o. Resultados atingidos: Conseguimos fundar a empresa fictícia, conhecemos todas as competências necessárias ao empreendedor e enxergamos como os conceitos de missão, visão e valores são peças chave no planejamento estratégico de uma empresa.

p. Sugestões / Outras observações: Não tivemos sugestões ou outras observações.

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 100697	Henrique Carnacini Soubihe
RA 100564	João Gabriel Coutinho Barbosa
RA 100550	Wagner Diego Fagundes Pereira
RA 100730	Yasmim Oliveira Taveira

