



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Tecnologia em logística

Administração

Gestão Comercial

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Cheiro Bom

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CHEIRO BOM

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Ana Caroline de Matos, RA: 1012021200213

Ivan Leonel Franco, RA 1012023100474

Mariani Spreafico Damascena, RA

1012023100749

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
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	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	10
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	11
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	13
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	17
4. CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20
ANEXOS	21
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	22

1. INTRODUÇÃO

O plano apresentado refere-se a uma cafeteria de nome fantasia "Cheiro Bom", localizada no centro de Poços de Caldas - MG. A escolha do local é estratégica, pois fica próximo à Faculdade PUC, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia, Terminal Rodoviário, além de abranger várias empresas e comércios, como o Hospital Santa Casa de Misericórdia, Hospital Poços de Caldas, Hospital Unimed, Fórum e escritórios de advocacia. O objetivo é atender públicos variados, oferecendo produtos de alto padrão de qualidade.

Visto que existem muitas outras cafeterias e lanchonetes que servem qualquer tipo de café, a Cafeteria Cheiro Bom se destaca ao proporcionar um ambiente tranquilo e agradável. O estabelecimento oferecerá uma diversidade de cafés especiais, com alto padrão de qualidade no sabor. O local será ideal para executivos, médicos, jovens estudantes, advogados e demais pessoas que desejam desfrutar de um ambiente aconchegante para apreciar um bom café e realizar reuniões.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A ideia é abrir a cafeteria "Cheiro Bom" no centro de Poços de Caldas - MG, próximo a instituições como a Faculdade PUC, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia, Terminal Rodoviário e outros estabelecimentos comerciais estratégicos, é uma decisão que nós sócios tomamos juntos. Isso permitirá que nós atinjamos um público diversificado, incluindo universitários, advogados, enfermeiros, médicos e outros profissionais presentes na região.

A proposta da "Cheiro Bom" é oferecer algo além do serviço comum de cafeterias e lanchonetes. Estaremos investindo em criar um ambiente tranquilo e agradável, onde os clientes possam desfrutar dos melhores cafés e lanches. O foco será oferecer uma variedade de cafés especiais, com alta qualidade no sabor, para que os clientes possam apreciar o melhor do café, seja em momentos descontraídos com amigos ou em reuniões mais sérias, como encontros com investidores.

Essa abordagem diferenciada, servirá como aliada à excelência na qualidade dos produtos, ajudará a destacar a Cafeteria "Cheiro Bom" em meio à concorrência. Ao proporcionar uma experiência única e oferecer cafés especiais de alto padrão, teremos grandes chances de atrair e fidelizar clientes exigentes que buscam um café de qualidade e um ambiente agradável para desfrutar de momentos especiais.

A cafeteria "Cheiro Bom" é mais que uma simples cafeteria é uma experiência que iremos oferecer a nossos clientes.

Razão social: Cafeteria Café Cheiro Bom Ltda.

Nome fantasia: Cheiro Bom.

Endereço: Rua Assis Figueiredo 1835, Centro, Poços de Caldas / Minas Gerais, cep; 37701-064.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para gerir um negócio de cafeteria com sucesso, é importante possuir uma combinação de competências técnicas e habilidades de gestão. Como por exemplo:

1. **Conhecimento do setor:** É fundamental ter um entendimento sólido do setor de cafeterias, incluindo as tendências do mercado, concorrência, preferências dos clientes e regulamentações relevantes. Isso ajuda na tomada de decisões estratégicas e na identificação de oportunidades.
2. **Habilidades de gestão:** A capacidade de gerir de forma eficiente todas as áreas do negócio é essencial. Isso inclui habilidades em gestão financeira, gestão de recursos humanos, gestão de estoque e compras, gestão de marketing e vendas, gestão de pessoas, entre outras.
3. **Liderança:** Ser capaz de liderar e motivar uma equipe é fundamental para o sucesso do negócio. Isso envolve a capacidade de comunicar de forma clara, delegar tarefas, fornecer orientação e feedback, e promover um ambiente de trabalho positivo.
4. **Atendimento ao cliente:** O setor de cafeterias é fortemente orientado para o cliente. É importante ter habilidades de atendimento ao cliente, garantindo uma experiência positiva para os clientes, lidando com reclamações e construindo relacionamentos duradouros.
5. **Gestão de qualidade:** Assegurar a qualidade dos produtos e serviços é crucial. Isso inclui o conhecimento de técnicas de preparação de café, seleção de grãos de qualidade, controle de estoque e garantia da higiene e segurança alimentar.

Além das competências citadas acima, é importante destacar que, para abrir uma cafeteria, ter um conhecimento sólido sobre café é fundamental. Devemos buscar entender os diferentes métodos de preparo, características dos diferentes tipos de café, técnicas de torrefação, entre outros aspectos relacionados à produção e ao serviço do café esse conhecimento irá impactar de forma positiva o negócio.

Abaixo podemos ver o perfil de cada sócio:

Ivan Leonel Franco

Endereço; Av. contorno 757, Bairro Barro Preto – Poços de Caldas / MG

Telefone; (35) 99750 5280

E-mail; Ivan.leonel@gmail.com

Encontra-se ativo hoje no mercado como profissional da área Administrativa, atuando como Gerente de Exportações de cafés Especiais , com experiências na área de vendas, formado e Pós Graduado em Administração pela Puc Minas (Campos Poços de Caldas).

Ana Caroline de Matos

Endereço; Rua Pacaembu 400, Bairro Monte Almo – Poços de Caldas / MG

Telefone; (35) 3743 9000

E-mail; Ana_caroline@hotmail.com

Encontra-se ativa no mercado como profissional da área Financeira com conhecimentos em administração, RH e logística, atuando em uma empresa multinacional de Mineração, formada e pós graduada em Economia pela Usp (São Paulo).

Mariani Spreafico Damascena

Endereço; Rua Serafim 600, Bairro Veredas - Poços de Caldas / MG

Telefone; (35) 3745 7445

E-mail; mariani.damascena@gmail.com

Encontra-se ativa no mercado como profissional de RH, atuando como gerente em gestão integral do setor responsável pela gestão de pessoas, contratação, recrutamento e seleção, treinamentos de capacitação e reciclagem dos colaboradores.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A organização optará pelo Simples Nacional, tendo em vista a facilidade e simplicidade desse regime. Entre as vantagens, estão a facilitação do processo de contabilidade, a arrecadação única de oito tributos por meio de uma única alíquota e a dispensa de contribuição de 20% do INSS Patronal na folha de pagamento, o que gera uma redução de custos trabalhistas.

O capital social da empresa será composto pelo capital dos próprios sócios. O investimento total será de R\$ 145.519,00, dividido de maneira diferente entre cada sócio, conforme representado:

Sócios	Valores
Ivan Leonel Franco	R\$ 72.759,50 50
Ana Caroline de Matos	R\$ 36.379,75 25
Mariani Spreafico Damascena	R\$ 36.379,75 25

Total do capital: R\$ 145.519,00 100

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A Cafeteria Cheiro Bom investirá em marketing com o objetivo de atender às necessidades e desejos das pessoas, gerando a satisfação dos clientes ao criar, comunicar e entregar produtos e serviços de valor e benefícios. Os sócios realizaram pesquisas sobre o local de abertura do empreendimento e as necessidades do público-alvo, ou pelo menos da maioria da região. Os clientes desejam conveniência e não abrem mão de pagar um preço justo pelos bens ou serviços, e a cafeteria buscará atender a essas demandas.

Para finalizar, uma boa comunicação e divulgação do negócio serão essenciais, utilizando a publicidade de forma a atingir e atrair o público para a cafeteria.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Além do ambiente onde serão prestados os serviços da cafeteria, servindo lanches, cafés especiais, chás, sucos naturais e outros, os principais acompanhamentos dos cafés serão produtos como salgados, pão de queijo, sanduíches naturais e pão na chapa. A cafeteria também disponibilizará computadores com acesso à internet e Wi-Fi gratuito para os clientes. Além disso, haverá uma pequena biblioteca com livros disponíveis para pesquisas e estudos, que também poderão ser disponibilizados aos clientes que consumirem na cafeteria. O foco principal será o atendimento ao cliente, considerando-o como ponto chave do negócio. Os atendentes deverão prestar um serviço de qualidade, com cordialidade e presteza.

O público-alvo desse empreendimento será composto por trabalhadores, estudantes e pessoas que buscam um local para encontros entre amigos ou familiares, lazer ou realização de pequenas reuniões empresariais. Essas pessoas geralmente têm pouco tempo para se alimentarem e substituem refeições importantes, como almoço e

jantar, por lanches rápidos na rua. Os advogados de escritórios da região são um dos alvos da cafeteria, devido à demanda por ambientes com bom atendimento para encontros profissionais, reuniões com clientes, entre outros.

Ao analisar a viabilidade do negócio, considerando que a região possui público para atender as estimativas do empreendimento, observa-se que a concorrência é intensa. Existem diversas padarias, lanchonetes e outros estabelecimentos que oferecem produtos e serviços semelhantes. Portanto, a empresa trabalha no desenvolvimento do marketing da Cafeteria Cheiro Bom com base na concorrência, oferecendo serviços e produtos de qualidade superior. Dessa forma, o público mais seletivo e exigente será atraído pelo bom atendimento, alimentos de qualidade e um ambiente planejado para reuniões e momentos agradáveis de lazer.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Temos como intuito alcançar os clientes que desejam tornar a hora do café um momento de prazer e satisfação, oferecendo sempre produtos de qualidade reconhecida. Para fidelizar nossos clientes, implementamos um programa de fidelização, onde a cada 10 cafés consumidos em um mês, eles podem trocar por um café grátis.

Sempre que lançamos um novo produto, promovemos o dia da degustação, onde todos têm a oportunidade de provar e ter uma experiência única. Acreditamos que essa abordagem ajuda a fortalecer o vínculo com nossos clientes e a manter a inovação em nosso cardápio.

A empresa também está comprometida com a sustentabilidade e adota embalagens retornáveis para minimizar o impacto ambiental. Nosso foco é preservar a natureza e alcançar nossos objetivos por meio de processos humanizados e que respeitem o meio ambiente.

Investir em um estudo aprofundado sobre café, tipos de grãos e técnicas de preparação é uma estratégia para oferecer uma experiência única aos clientes. Nesse sentido, é importante estudar os diferentes tipos de grãos, compreendendo suas características, origens e perfis de sabor, a fim de oferecer uma variedade de opções aos clientes. Além disso, é necessário aprender sobre o processo de torrefação, explorando diferentes níveis de torra e entender como eles afetam os sabores e aromas do café. Dessa forma, é possível personalizar o café de acordo com as preferências individuais e o perfil de sabor desejado, analisando cada reação dos clientes.

Entender como a preparação do café afeta o sabor é fundamental. É importante conhecer diferentes métodos de preparo, como expresso, French press e outros, para atender às preferências dos clientes e garantir a preparação de café de alta qualidade de acordo com cada técnica. Além disso, aprender técnicas de latte art é uma maneira de aprimorar a apresentação visual das bebidas à base de café, encantando os clientes e criando uma experiência diferente.

Além do conhecimento dos sócios sobre café, iremos treinar a equipe de atendimento, pois a equipe deve ser capaz de responder a todas as perguntas dos clientes, proporcionando um atendimento personalizado. Além disso, buscar parcerias com fornecedores de café a fim de garantir grãos frescos.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Como referência para o nosso negócio, utilizamos principalmente o Starbucks, cuja missão é "Inspirar e nutrir o espírito humano - uma pessoa, uma xícara de café e uma comunidade de cada vez." A visão do Starbucks é se tornar a empresa de café mais conhecida do mundo, e eles buscam criar um ambiente acolhedor, tratando as pessoas com respeito e dignidade, e valorizando a diversidade. Uma das principais características do Starbucks é que eles não estão apenas interessados em vender café,

mas em proporcionar uma experiência única, eles estão no mercado há mais de 50 anos com inúmeras redes espalhadas pelo mundo todo.

A Dunkin' Donuts é uma concorrente forte do Starbucks e tem como missão "energizar o mundo com cafés e donuts saborosos". A empresa tem como visão e valores ser o lugar favorito para recarregar as energias do dia-a-dia, afinal, nada é mais revigorante do que um café fresquinho e os donuts feitos diariamente. Está no ramo de cafeteria há mais de 75 anos.

Como base de uma cafeteria brasileira, temos o "Café do Mercado", localizado em São Paulo. Essa cafeteria é conhecida por possuir várias unidades na cidade e é considerada uma marca de referência nacional. Eles se destacam por oferecer cafés de alta qualidade aos clientes e estão inseridos no universo da gastronomia, desenvolvendo produtos a partir dos melhores grãos e levando-os ao consumidor final. O Café do Mercado surgiu em 1997 em Porto Alegre e hoje exporta para outros países. A proposta da empresa é se associar aos projetos dos clientes e, por meio da força de sua marca, produtos e suporte, contribuir para o fortalecimento e crescimento de seus negócios.

O Santo Grão é uma empresa brasileira de cafeterias conhecida por oferecer cafés especiais de alta qualidade. Está no ramo desde 2003, a empresa tem como objetivo proporcionar uma experiência única aos amantes de café. Ele se destaca por sua seleção cuidadosa de grãos de café, buscando sempre a qualidade e a sustentabilidade. Eles trabalham diretamente com produtores, fazendo parcerias para garantir a origem e a qualidade dos grãos. Além disso, eles têm um compromisso com a responsabilidade social, buscando apoiar comunidades locais e projetos sociais.

O ambiente das cafeterias Santo Grão é conhecido por ser acolhedor e aconchegante, proporcionando um espaço para os clientes relaxarem e apreciarem seu café e busca oferecer uma experiência completa de café, combinando qualidade, sustentabilidade e atendimento excepcional para seus clientes.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão: Buscamos oferecer aos clientes uma experiência excepcional de café, com qualidade, sabor e atendimento de alto nível, em um ambiente acolhedor e convidativo, com um atendimento atencioso e personalizado. Buscamos promover a sustentabilidade e apoiar as comunidades locais, enquanto criamos um espaço inspirador para conexões e momentos prazerosos, garantindo que cada visita à nossa cafeteria seja memorável.

Visão: Ser a cafeteria de referência na região, reconhecida pela excelência dos nossos cafés e pelo ambiente acolhedor proporcionado aos clientes. Queremos ser o destino preferido dos amantes de café e construir uma comunidade apaixonada por essa bebida.

Valores:

- **Qualidade:** Buscamos a excelência em todas as etapas, desde a escolha dos grãos até o serviço aos clientes.
- **Atendimento personalizado:** Valorizamos cada cliente, proporcionando um atendimento amigável e atencioso.
- **Sustentabilidade:** Nos comprometemos a adotar práticas sustentáveis, minimizando o impacto ambiental, tomando medidas sustentáveis de produção, reciclagem e redução de desperdício.
- **Comunidade:** Apoiamos e nos envolvemos com as comunidades locais, buscando parcerias e feedback dos clientes.
- **Inovação:** Estamos sempre em busca de novidades para surpreender nossos clientes, seja em sabores, tecnologias, eventos ou promoções.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEOB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Está disponível para os estudantes no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), como parte do Programa de Desenvolvimento de Aprendizagem (PDA), o tema “Pensando Estrategicamente”.

Nesta parte do Projeto Integrado, os estudantes deverão realizar uma síntese dos 4 (quatro) tópicos deste tema, quais sejam:

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

Quando começamos a traçar ou rever nossa trajetória de vida, é necessário que tenhamos um propósito e nós conheçamos, para que nos leve rumo a escolhas e realizações que façam sentido para nós!

Uma técnica de planejamento estratégico que podemos utilizar para a autoanálise é a Análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Com essa técnica realizamos uma análise a partir de duas perspectivas sobre nós: uma externa e uma interna.

Para que a compreensão da Análise SWOT fique ainda mais clara, vamos inicialmente aplicá-la ao âmbito profissional das nossas vidas. Ou seja, imagine que o objetivo a ser analisado é o da realização profissional.

- Forças: O que são essas forças? Podem ser nossos conhecimentos, habilidades e atitudes. A combinação desses elementos podemos chamar de competências do

profissional. São os nossos talentos, ou seja, forças que podem ser valorizadas no mundo do trabalho e em nossa área de atuação.

- **Oportunidades:** A trajetória profissional que escolhemos seguir precisa ser analisada para identificarmos as oportunidades da carreira e da área de atuação. Ao falarmos em oportunidades, olhamos para uma perspectiva externa. O ambiente externo a nós é composto de uma série de fatores dos quais podemos tirar proveito para avançar na carreira.
- **Fraquezas:** O desenvolvimento de nossa carreira profissional exige que conheçamos nossas limitações e fraquezas. Essa é uma análise de perspectiva interna da pessoa, para que tenhamos consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras que vão de encontro ao nosso propósito profissional.
- **Ameaças:** Ameaças são situações externas a nós que representam barreiras para o nosso propósito e objetivos, uma vez que não temos controle sobre elas. Cabe a nós a identificação das ameaças que podem impactar nossa trajetória profissional e utilizar as nossas competências profissionais para enfrentá-las ou transformá-las em oportunidades.

Vários projetos e decisões podem ser analisados pela ótica da Análise SWOT, e em cada uma dessas decisões existem ameaças, oportunidades, forças (aspectos positivos) e fraquezas (aspectos negativos) a serem avaliados.

Segue exemplo de análise SWOT da cafeteria Cheiro Bom:

Forças: Localização privilegiada;

Fraquezas: Não fazer entrega;

Oportunidades: Programa de fidelização de clientes;

Ameaças: Elevada concorrência nas imediações;

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

A construção de nossa trajetória de vida é influenciada por diversos fatores externos e internos. Por isso, todos os nossos objetivos e planos devem ser organizados por meio de um planejamento claro, objetivo e viável, alinhado com nosso propósito de vida.

Uma possibilidade é desenvolver o planejamento trilhando o seguinte caminho:

- **Brainstorming:** Pode ser realizado individualmente, ou seja, você mesmo pode ter um momento sozinho e relacionar seus planos, projetos, prioridades e ideias para caminhar na direção do seu propósito. Ou ainda, pode realizar o brainstorming em grupo, trazendo pessoas que possam contribuir com boas ideias.

- Refinamento das ideias/escolhas: Após colocar no papel todas as ideias que surgiram, é hora de analisá-las e filtrá-las. Esse momento precisa ser balizado pela definição do nosso propósito e objetivos pessoais, profissionais, etc. É preciso ter foco!

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.

Com ele, você vai analisar as ideias geradas a partir de três momentos. E, para exemplificá-lo, vamos imaginar que você queira realizar uma experiência no exterior (intercâmbio para estudar idiomas, trabalho voluntário, mochilão). Então, responda às seguintes perguntas:

1º Quem é você? O que sabe fazer? O que, ou quem conhece?

2º O que você poderia fazer?

3º Como você poderia fazer?

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, aquelas que mais te inspiram.

- Diferenciação: A diferenciação é uma característica fundamental em nossa vida profissional! Por exemplo, ela está conectada aos nossos pontos fortes, às competências que podem colaborar para a geração da nossa identidade profissional. Como nos diferenciamos na carreira? 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.

Soft skills: São habilidades comportamentais e interpessoais, ou seja, habilidades associadas à forma como nos relacionamos e nos portamos frente às outras pessoas. A ONU destaca algumas dessas habilidades que nortearão o trabalho do futuro.

- Direção: Para alcançar nossos projetos, precisamos estabelecer objetivos, metas e indicadores. Isso significa que, sabendo bem aonde queremos chegar e o que é necessário para alcançar esse objetivo, precisamos traçar metas e avaliar os esforços que estamos realizando.

- **Canvas:** Outra ferramenta extremamente eficaz (e visual) para realizarmos um planejamento é o Modelo de Negócio Canvas. Podemos utilizá-lo para desenvolver um Canvas Pessoal. Para isso, devemos responder às seguintes perguntas: 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 você oferece em troca? O que você ganha? Essas perguntas, quando respondidas objetivamente em um quadro resumido, proporcionarão uma visão macro do contexto, permitindo a criação ou adaptação do nosso planejamento antes de começar a executá-lo.

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

Já vimos que o estabelecimento de metas claras e alcançáveis é um fator elementar para o alcance dos nossos objetivos! Afinal, não basta “sonhar”, é preciso ter um propósito bem definido e agir, para que alcancemos esse propósito! Para isso, o planejamento é fundamental! Para uma definição eficaz de metas, a técnica SMART nos possibilita orientar de um jeito melhor os nossos objetivos.

A meta precisa atender a esses cinco requisitos, ou seja, precisa ser específica/clara (S), para que possa ter seu desempenho medido (M), motivando e estimulando o profissional a atingi-la (A), a fim de colaborar com seu propósito profissional (R), dentro de um período de tempo exequível (T).

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

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e propósitos para o futuro, seja no âmbito pessoal, seja no profissional, precisa ter condições de ser avaliado, para que possamos saber se estamos no caminho certo.

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.

O planejamento das nossas finanças, da nossa educação, das nossas atividades diárias, do nosso estilo de vida, da nossa carreira, tudo precisa ser mensurado, monitorado e avaliado. Para isso, são necessários indicadores que representem o nosso desempenho rumo aos nossos objetivos.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=Pq7F5fNAv4U>

Ana Caroline de Matos

A análise SWOT é uma análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, ela é uma ferramenta amplamente utilizada no campo empresarial para avaliar a situação atual de uma empresa ou projeto. No entanto, também pode ser aplicada no dia a dia das pessoas como uma forma de análise pessoal.

Ao realizar uma análise SWOT no contexto pessoal podemos identificar seus pontos fortes e fracos, assim como as oportunidades e ameaças que podem impactar sua vida. Isso pode ajudar a tomar decisões mais informadas podemos definir metas mais realistas e aproveitar as oportunidades disponíveis.

A análise SWOT pessoal pode ser útil em várias situações, como por exemplo o planejamento de carreira ao identificar seus pontos fortes e fracos, você pode tomar decisões sobre o desenvolvimento profissional e identificar áreas que precisam ser melhoradas. Além disso, ao analisar as oportunidades e ameaças no mercado de trabalho, você pode direcionar seus esforços para aproveitar as oportunidades e se preparar para enfrentar as ameaças. Tomada de decisões: Ao avaliar os prós e contras de uma decisão, a análise SWOT pode fornecer uma estrutura para considerar os aspectos internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) envolvidos. Isso pode ajudar a tomar decisões mais fundamentadas e reduzir os riscos envolvidos. Planejamento pessoal: Ao planejar suas metas pessoais, a análise SWOT pode nos ajudar a definir metas realistas com base em suas forças e fraquezas. Além disso, ao considerar as oportunidades e ameaças externas, você podendo adaptar seus planos.

Apesar da análise SWOT possa ser útil no contexto pessoal, é importante lembrar que ela é apenas uma ferramenta e não deve ser considerada como uma solução definitiva. Ela fornece informações que podem orientar suas decisões, mas também é necessário avaliar outras variáveis, como seus valores e suas questões pessoais, para utilizar no dia a dia é preciso abordagens realizar de reflexão e planejamento pessoal.

4. CONCLUSÃO

Neste trabalho de PI sobre Brainstorming Empresarial, tivemos a oportunidade de criar um novo empreendimento e concluímos que, para a criação de uma empresa ou negócio, é fundamental seguir algumas etapas e pontos estratégicos para obtermos sucesso a médio e longo prazo.

Com os materiais que foram disponibilizados, conseguimos cumprir todos os objetivos propostos para cada etapa de criação, o que é de suma importância para nossa empresa.

Com base em nossas pesquisas, podemos desenvolver um pensamento crítico sobre as bases de um empreendimento, como missão, visão, valores, e como o planejamento estratégico deve ser consolidado para que as empresas sejam efetivas, responsáveis e economicamente sustentáveis.

REFERÊNCIAS

<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>

<https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>

<https://blog.contaazul.com/analise-swot>

<https://scopi.com.br/planejamento-estrategico/#:~:text=O%20planejamento%20e%20strat%C3%A9gico%20%C3%A9%20um,permitir%C3%A3o%20chegar%20onde%20se%20deseja.>

<https://www.graogourmet.com/blog/top-cafeaterias-ao-redor-do-mundo/>

<https://www.graogourmet.com/blog/top-cafeaterias-ao-redor-do-mundo/>

https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/?utm_device=c&utm_term=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=%5BMAX%5D_Performance_RNTB&hsa_cam=14221204933&hsa_grp=&hsa_mt=&hsa_src=x&hsa_ad=&hsa_acc=1466761651&hsa_net=adwords&hsa_kw=&hsa_tgt=&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwyqWkBhBMEiwAp2yUFkgugG9sgcUSEFdm6EMgzff8T4Ozw38mMof0djdgPw2sOO-XzkGq7BoCcmEQAvD_BwE

<https://www.starbucks.com.br/sobre#:~:text=Desde%20o%20in%C3%ADcio%20C%20a%20Starbucks,uma%20comunidade%20de%20cada%20vez.>

<https://dunkin.com.br/empresa/>

<https://cafedomercado.com.br/>

ANEXOS

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

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório das atividades de extensão
CURSO: Tecnologia em logística
MÓDULO: Planejamento estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval, Luis Fernando Pancine
ESTUDANTE: Ana Caroline de Matos
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Segundo trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>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</p> <p>O projeto sugeriu que a equipe desenvolvesse um brainstorming, nossa equipe elaborou o projeto de uma cafeteria, propondo o objetivo da empresa, suas estratégias e a missão, visão e os valores da empresa.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>O maior desafio foi encontrar tempo para que pudessemos decidir a proposta da nossa empresa e a ideia de criar um diferencial.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Buscamos dividir o projeto para que não sobrecarregasse uma pessoa da equipe.</p>
<p>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.</p> <p>Os encontros foram remotos, via whatsapp.</p>
<p style="text-align: center;">a. Aspectos positivos</p> <p>Desenvolver o que está sendo ensinado.</p>
<p style="text-align: center;">b. Dificuldades encontradas</p> <p>Disponibilidade de tempo e comprometimento dos outros participantes.</p>

c. Resultados atingidos

Projeto concluído com a participação de todos os membros da equipe.

d. Sugestões / Outras observações

Unir equipes da mesma cidade.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021200213	NOME: Ana Caroline de Matos
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4.

IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Relatório das atividades de extensão

CURSO: Administração

MÓDULO: Planejamento Estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Durval, Luiz Fernando Pancine

ESTUDANTE: Ivan Leonel Franco

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Segundo Trimestre de 2023

5. DESENVOLVIMENTO

<p>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</p> <p>Foi proposta a criação de um empreendimento cafeteria Cheiro bom. Foi desenvolvido um projeto estrategicamente pensado na comodidade, qualidade dos produtos, ponto estratégico de localização e um local de inter-relação de pessoas, ou seja, é um local de encontros de trabalho, lazer e promover a alimentação de pessoas.</p>	
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Ser um negócio empreendedor inovador diferente dos demais estabelecimentos</p>	
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Durante toda a estrutura do PI foi dividido em partes iguais para cada membro</p>	
<p>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.</p> <p>Encontros de forma online, pesquisas no google, material disponibilizado no portal</p>	
<p>e. Aspectos positivos</p> <p>Aprendizado no aspecto de como planejar um empreendimento</p>	
<p>f. Dificuldades encontradas</p> <p>Encontros de forma online, pesquisas no google, material disponibilizado no portal</p>	
<p>g. Resultados atingidos</p> <p>Ótimos resultados 100%</p>	
<p>h. Sugestões / Outras observações</p>	
<p>6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA: 1012023100744	NOME Ivan Leonel Franco
RA	NOME
RA	NOME

RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Relatório final das atividades de extensão
CURSO: Gestão comercial
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Rodrigo Simão da Costa
ESTUDANTE: Mariani Spreafico Damascena
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Semestre 1

8. DESENVOLVIMENTO
<p>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</p> <p>Com base em nossas pesquisas desenvolvemos a empresa: Cafeteria Cheiro Bom, neste trabalho, tivemos que colocar em prática o nosso pensamento crítico e empreendedor, para criar um bom planejamento estratégico, onde a empresa seria bem sucedida a longo, médio e longo prazo.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Apresentar uma empresa, consolidada e com boas estratégias para se tornar competitiva</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Todos os integrantes deste grupo, tiveram a oportunidade de participar de forma igualitária.</p>
<p>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.</p> <p>Tivemos conversas em grupo e muita pesquisa nos materiais disponibilizados.</p>

i. Aspectos positivos	
Através deste trabalho podemos ter uma visão empreendedora, e quais as ferramentas utilizar para obter sucesso.	
j. Dificuldades encontradas	
Ter criatividade para conseguir entregar todos os tópicos com excelência.	
k. Resultados atingidos	
Acreditamos ter conseguido entregar um bom trabalho, com base em todo o conteúdo apresentado	
l. Sugestões / Outras observações	
Sem sugestão e ou observações.	
9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012023100749	NOME: Mariani Spreafico Damascena
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

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

PERÍODO DE REALIZAÇÃO:**11. DESENVOLVIMENTO**

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

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

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

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

m. Aspectos positivos

n. Dificuldades encontradas

o. Resultados atingidos

p. Sugestões / Outras observações

12. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME

RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

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

14.DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe
Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.
Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

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

q. Aspectos positivos

r. Dificuldades encontradas

s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME

