

A IMPORTÂNCIA DA PRÁTICA DA DISCIPLINA “GESTÃO DE PROJETOS” PARA OS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO DO SÉTIMO PERÍODO DE 2021 DA FANORPI – FACULDADE DE SANTO ANTONIO DA PLATINA

Leandro Martins de Assis¹

Milene Alves dos Santos de Oliveira²

Resumo

As organizações do mundo inteiro se deparam com as incertezas econômicas e instabilidade no mercado ainda mais acentuada do que de costume, causado pela pandemia do COVID-19. Empresas tiveram que rapidamente se reavaliar e desenvolver estratégias a fim de permanecer no mercado. O cenário mercadológico mundial foi pego de surpresa e adequar produtos, serviços, estratégias de Marketing, estratégias de atração e fidelização de clientes colocou o administrador em um papel decisivo. Desta forma os alunos do sétimo período de Administração da FANORPI- Faculdade de Santo Antônio da Platina, no primeiro semestre do ano de 2021, na disciplina Gestão de Projetos puderam tirar proveito de forma ativa e criativa do aprendizado. O presente artigo objetiva abordar a importância de aulas práticas para o enriquecimento profissional de futuros administradores, baseadas em projetos. As aulas práticas contaram com a participação de cinco pequenas empresas do norte do Paraná, onde relataram aos alunos as principais dificuldades e oportunidades vividas na Pandemia. Sendo elas: Empresa Fisio Corp, Sapos Lava Car, Cygns Moda, Ponto Grife e RBK digital. E posteriormente, alunos, professores e empresários locais puderam discutir sobre a implantação de projetos eficazes para diferentes segmentos. Desta forma os alunos tiveram a oportunidade de realizar uma análise da empresa e apresentar um projeto com plano de ação e monitoramento, onde através de pesquisa e acompanhamento dos professores exercitaram a prática da gestão de projetos. A metodologia utilizada para o presente artigo é o levantamento da problemática com base na apresentação da realidade de cada empresa e posteriormente a apresentação de hipótese solução por parte dos alunos e para a finalização a análise da importância das aulas práticas para o enriquecimento profissional dos alunos de Administração.

Palavras-chave: Empresas; Gestão de Projetos; Mercado; Administração

Abstract

Organizations around the world are faced with economic uncertainties and market instability even more pronounced than usual, caused by the COVID-19

¹ Professor Mestre em Gestão de Pessoas

² Professora Especialista MBA em Marketing

pandemic. Companies had to quickly re-evaluate and develop strategies in order to stay in the market. The world market scenario was taken by surprise and adapting products, services, placed the administrator in a decisive role. In this way, students in the seventh period of Administration at FANORPI – Faculdade de Santo Antonio da Platina, in the first semestre of 2021, in the Project Management discipline, were able to take advantage of learning in an active and creative way. This article aims to address the importance of practical classes for the professional enrichment of future administrators, based on projects. The practical classes were attended by five small companies from the north of Paraná, where they reported to students the main difficulties and opportunities experienced in the Pandemic. Being them: Empresa Fisio Corp, Sapos Lava Car, Cygns Moda, Ponto Grife e RBK Digital. And later, students, teachers and local businessmen were able to discuss the implementation of effective projects for different segments. In this way, the students had the opportunity to carry out an analysis of the company and present a Project with an action and monitoring plan, where through research and monitoring of the teachers they exercised the practice of project management. The methodology used for this article is the survey of the problem based on the presentation of the reality of each company and later the presentation of a hypothesis solution by the students and for the finalization the analysis of the importance of the practical classes for the professional enrichment of the students of Administration.

Keywords: Management; Organization; School.

Resumen

Las organizaciones de todo el mundo se enfrentan a incertidumbres económicas e inestabilidad del mercado aún más pronunciadas de lo habitual, causadas por la pandemia de COVID-19. Las empresas tuvieron que reevaluar rápidamente y desarrollar estrategias para permanecer en el mercado. El escenario del mercado mundial fue tomado por sorpresa y la adecuación de productos, servicios, estrategias de Marketing, estrategias de captación y fidelización de clientes colocaron al administrador en un rol decisivo. De esta forma, los alumnos del séptimo período de Administración de FANORPI – Faculdade de Santo Antonio da Platina, en el primer semestre de 2021, en la disciplina Gestión de Proyectos, pudieron aprovechar el aprendizaje de forma activa y creativa. Este artículo pretende abordar la importancia de las clases prácticas para el enriquecimiento profesional de los futuros administradores, a partir de proyectos. Las clases prácticas con la participación de cinco pequeñas empresas del norte de Paraná, donde relataron a los alumnos las principales dificultades y oportunidades vividas en la pandemia. Ellos son: Empresa Fisio Corp, Sapos Lava Car, Cygns Moda, Ponto Grife y RBK digital. Y

posteriormente, estudiantes, docentes y empresarios locales pudieron conversar sobre la implementación de proyectos efectivos para los diferentes segmentos. De esta forma, los estudiantes tuvieron la oportunidad de realizar un análisis de la empresa y presentar un proyecto con un plan de acción y seguimiento, donde a través de la investigación y seguimiento de los docentes ejercieron la práctica de la Gestión de proyectos. La metodología utilizada para este artículo es el levantamiento del problema a partir de la presentación de la realidad de cada empresa y posteriormente la presentación de una hipótesis de solución por parte de los estudiantes y para la finalización el análisis de la importancia de las clases prácticas para el enriquecimiento profesional de los estudiantes de Administración.

Palabras Clave: Empresas; Gestión de Proyectos; Mercado; Administración.

1. INTRODUÇÃO

No início de 2020 o mundo conhece um novo cenário, dessa vez causado pela COVID-19. O aumento assustador de casos e de mortes força as autoridades de diversos países recorrer medidas restritivas intensas a fim de reduzir a propagação do vírus. No Brasil, não foi diferente, em março de 2020 diversos estados aderiram à paralisação total de muitos segmentos. Além da triste realidade causada pelo novo vírus, as incertezas econômicas fizeram muitas empresas reavaliar estratégias e criarem projetos para atender o consumidor em uma nova realidade. Assim a disciplina de Gestão de projetos que tem por objetivo o entendimento do conceito de projeto e sua importância para a melhoria de planos e controle de resultados em organizações, aproveita o cenário atual e de forma prática promove a reflexão e análise de projetos eficazes. Empresários de Santo Antônio da Platina, Carlópolis, e Quatiguá, através de uma roda de conversa (de forma remota), apresentaram o histórico de suas empresas, e cada grupo de aluno pode avaliar a principal necessidade e criar um projeto. Dentro da disciplina Gestão de Projetos, através da base teórica e o conhecimento de diversas ferramentas os alunos puderam apresentar possíveis ações necessárias para tais empresas encarar essa nova realidade do mercado e ainda um diferencial competitivo. A turma do sétimo

período de Administração da Fanorpi, foi dividida em cinco grupos e posteriormente cada grupo ficou responsável em analisar e desenvolver um projeto focando na real necessidade da empresa. Primeiramente será abordado a realidade dessas cinco empresas pela visão do gestor, posteriormente o referencial teórico. A problemática em questão será a criação de um projeto para melhoria dessas empresas. Em seguida será apresentado o projeto proposto pelos alunos do sétimo período e por fim a reflexão da importância de aulas práticas.

2. OBSERVAÇÃO DA REALIDADE

Nos meses de março e abril de 2021 de forma remota (utilizando o zoom), os alunos do sétimo período de administração da Fanorpi, puderam conhecer o histórico e a realidade vivenciada das seguintes Empresas: Cygnus Moda, Sapos Lava Car, RBK Solução Digita, Fisiocorp e Ponto Grife. E posteriormente foram divididos em grupos para a criação de um projeto eficaz. A problemática em questão envolve a criação de um projeto para cada empresa que atenda sua principal necessidade.

2.1 Cygnus Moda

Empresa atua no segmento de Moda inclusiva, com a criação e confecção de moda para mulheres deficientes visuais e com alguma comorbidade física. Por razões da Pandemia a empresária Maristela decidiu manter suas vendas através do e-commerce. A empresa conta com Instagram e Facebook, além de fazer atendimento personalizado por WhatsApp.

2.2 Sapos Lava Car

Sapos Lava Car, foi adquirido pelo proprietário ao final de 2019, quando ele relatou que achava que a covid-19 não traria instabilidade econômica para a localidade, porém em 2021, ele já relatou as dificuldades encontradas no

segmento. O proprietário se viu na necessidade de se readequar aos novos padrões de higienização para carro e moto devido a pandemia. Porém houve um aumento na procura de lavagem de bicicletas, visto que a procura por uma atividade física ao ar livre aumentou bastante na localidade. Atualmente como estratégia de atração de clientes, César conta com a divulgação bom boca a boca, por se tratar de uma cidade pequeno onde a maioria das pessoas se conhecem. O proprietário também faz bom uso das redes sociais e de procura sempre ter um feedback dos clientes em relação a satisfação do serviço e atendimento.

2.3 RBK Solução Digital

O segmento de marketing Digital foi um dos privilegiados na pandemia segundo Ramiro, proprietário da empresa. Com experiência profissional e formação acadêmica Ramiro decidiu abrir seu negócio em 2019, e viu a procura alavancar com a pandemia. Com a paralisação de muitas empresas as estratégias digitais passaram a ser necessária para sobrevivência, atualmente a RBK faz o acompanhamento de 20 pequenas empresas da região. Ramiro salientou aos alunos a importância de estratégias personalizadas de acordo com o segmento e principalmente boas estratégias de retenção de clientes e sua fidelização.

2.4 Fisiocorp

Há mais de 8 anos no mercado, a proprietária Ana Clara Baggio relatou que a clínica trabalha com a oferta de diversos tipos de serviços como: Fisioterapia, Pilates, Nutrição, Terapia Holística, Tratamentos com ozônio e para melhora de imunidade além de ofertar vários tratamentos estéticos. A proprietária relatou que os atendimentos com horas marcadas deram aos clientes uma segurança de saber que não encontraria qualquer tipo de

aglomeração além de certificar que todos os protocolos de higiene estão sendo realizados.

2.5 Ponto Grife

Empresa está a dois anos no mercado, empresa de moda masculina com atendimento personalizado contando com a personal stlye. O casal proprietário Elienai e Jackson, trouxe para Santo Antônio da Platina e região um novo conceito de moda masculina. Mesmo antes da pandemia a loja já contava com o atendimento com hora marcada, e com roupas, sapatos e acessórios personalizados. O grande diferencial da loja é trazer roupas com tamanhos especiais para homens que gostam de fazer musculação. A loja conta com o uso diário das redes sociais para apresentação do mix de produtos.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Definição

Projeto pode ser definido como um conjunto de atividades temporárias realizadas em grupo, destinada a produzir um produto, serviço ou um resultado único. Diferentemente de processo, o projeto é temporário e possui um escopo e recursos definidos. Junior, 2012. P. 31 define projeto da seguinte maneira:

O projeto, independentemente do fim que busca atender, é o conjunto de ações coordenadas por racionalidade e metodologia específica, visando atingir a concretização de um anseio, de uma ideia ou de algum objeto material, com o maior êxito e satisfação possível.

Gestão de projetos pode ser entendido como a realização de algo novo com o objetivo facilitador com otimização de qualidade. No decorrer do século presenciamos projetos reais que hoje não nos imaginamos sem; como: computador, celular e infinitos outros eletrodomésticos; além de diversos serviços inovadores.

Gestão de Projetos é um conjunto de princípios, práticas e técnicas aplicadas para liderar grupos de projetos e controlar programação, custos, riscos e desempenho para se alcançar as necessidades de um cliente final (COSTA, 2019. P,33).

A Gestão de projetos engloba diversos conhecimentos da administração como: Finanças, Marketing, análise do cenário econômico, Empreendedorismo e Inovação, Contabilidade, Administração de Serviços entre outros. Esses conhecimentos dão ao aluno a base teórica para desenvolver melhorias exigida pelo mercado.

A principal característica de qualquer tipo de projeto é que ele é arriscado. Por isso mesmo, a disciplina gestão de projetos tem como objetivo oferecer instrumentos para contornar tantas incertezas, encontrando maneiras de limitar os riscos. Mas como fazer isso? As ferramentas, as técnicas e os processos de gestão de projetos proporcionam uma forma mais segura de chegar aos resultados desejados — ou, para usar o jargão da área, de “entregar” os resultados (CARVALHO, 2015. P,15.)

A criação de produtos e serviços facilitadores está sendo vivenciada nesse cenário de Pandemia. A prestação de serviço personalizada e respeitando as medidas de preventivas fez com que muitas empresas tiveram que analisar custos, riscos e novos objetivos para permanecerem no mercado. O gestor de projetos tem um papel fundamental na execução de um projeto. Carvalho, define o gestor de projeto da seguinte forma:

Ele deve estabelecer o escopo do trabalho, planejá-lo, determinar quais recursos serão exigidos, obter esses recursos, gerenciar as tarefas necessárias e, finalmente, garantir a resolução dos problemas antes que eles interrompam qualquer atividade (CARVALHO,2015. P.15)

Para um bom andamento do projeto, o gestor precisa ter um bom relacionamento com todos os envolvidos, além de competências técnicas e facilidade de comunicação.

O gestor deve manter comunicações rotineiras com a equipe do projeto, senão este não vai sair do papel. Ele deve se dirigir à equipe para explicar o que deve ser feito e direcionar o trabalho. Além disso, deve:

- Manter a equipe bem-informada e atualizada sobre o plano e o escopo, conforme eles mudam durante o desenvolvimento do projeto.
- Dar instruções específicas sobre as tarefas que cada membro da equipe realizará.
- Motivar a equipe, para que o trabalho seja feito de forma eficaz e eficiente.
- Conferir o progresso da equipe.
- Dar todo o suporte necessário para manter o projeto em andamento
- Entender os riscos conforme eles surgirem.
- Ter bem clara a dinâmica da equipe para planejar intervenção gerencial quando necessário.
- Ouvir a equipe (CARVALHO, 2015.p.20).

O gestor de projetos deve ser um profissional completo onde além de aplicar seus conhecimentos teóricos esse deve ter habilidade em lidar com pessoas e pressão.

3.2 Tipos De Projetos

As oportunidades de projetos podem variar segundo a necessidade da organização. Essa necessidade pode ser uma demanda de mercado, isto é, quando segundo análise e pesquisa de dados o mercado apresenta a propensão de adquirir determinado produto ou serviço. Poder ser também uma necessidade organizacional, ou seja: quando a necessidade de uma melhoria interna de qualificação profissional. Outro tipo de necessidade é a solicitação do cliente, que ocorre quando o próprio cliente sugere a melhoria de um serviço ou a criação de um serviço ou um produto novo. E o mesmo pode ocorrer forçado pelo próprio avanço tecnológico que provoca nas empresas constantes inovações. Ainda existe o projeto de imposição legal, no qual as organizações precisam realizar mudanças exigidas pela lei. Atualmente outro tipo de projeto que se faz necessário e eficaz são os de impactos ambientais e tecnológicos que reavaliam ações da organização quanto aos recursos naturais e

ambientais. E por fim, existem os projetos de necessidade social, que objetiva a realização de ações sociais. Costa (2019), p. 32 afirma:

Cada projeto tem suas particularidades e será conduzido em um ambiente diferente. Embora o desenvolvimento sempre envolva a temporalidade e singularidade, a intensidade dessas características varia.

3.3 Ciclo De Vida Do Projeto

O ciclo de vida do projeto nada mais é que a divisão das fases pelas quais ele deve passar do início ao término. Um projeto normalmente tem quatro fases sendo elas: iniciação, planejamento, implementação ou execução e encerramento ou finalização. Junior, 2012 salienta:

De modo geral, o ciclo de vida de um projeto comporta quatro fases, momentos, ou desdobramentos distintos. É importante termos em mente que em cada uma dessas fases ocorre uma transição para a fase seguinte sem que, no entanto, seja necessário o término efetivo da fase anterior para o início da seguinte.

Na Fase de iniciação é onde o objetivo ou necessidade do projeto é identificado. Para tal identificação é necessário investigar a realidade da organização e analisar a viabilidade do projeto. O planejamento é a etapa da organização e envolve a preparação e definição de uma metodologia de projeto. Na prática um bom plano de projeto é criado descrevendo as atividades, tarefas, dependências e prazos. Assim nesta etapa é fundamental a definição do escopo, o prazo e os custos para a realização do projeto. A implementação é quando o projeto é executado, nessa etapa é importante manter o controle do plano de ação e uma boa comunicação com a equipe. E a última etapa é a finalização, onde ocorre o encerramento, ou seja, a entrega do produto/serviço ou a necessidade da organização.

De acordo com o guia PMBOK (PMI, 2004, p. 20), os ciclos de vida do projeto são capazes de definir • qual técnico deverá intervir na fase específica do projeto (como a consultoria de um urbanista na revitalização de uma praça);

- qual o momento oportuno para se efetivar as entregas das fases, e como essas entregas serão revisadas, verificadas e avaliadas;
- quais os sujeitos, e suas respectivas competências, estão envolvidos na fase (cada função deve ser executada por pessoa habilitada para tal);
- o controle e a aprovação da própria fase (JUNIOR, 2012. P.114).

Dessa forma é necessário um monitoramento por parte do gestor em cada etapa do projeto com o objetivo de entregá-lo dentro do prazo acordado atingindo seu escopo.

4. Problemática

A problemática é a criação de um projeto de melhoria segundo a necessidade de cada empresa, uma vez que a realidade de cada uma delas foi apresentada por seus gestores. Assim cada grupo de alunos, definiu o escopo do projeto, o tempo de aplicação e o custo médio (com base em pesquisas), objetivando atingir as reais necessidades e enquadrar as empresas na realidade do cenário pandêmico.

5. Hipótese De Solução

No dia 21 de junho de 2021, os alunos com base nas aulas teóricas e em conversar particulares com os empresários e posteriormente com o direcionamento da professora Milena Oliveira, apresentaram as seguintes hipóteses:

5.1 Cygnus Moda

Cygnus moda inclusiva, que começou como uma startup em agosto de 2018 e foi lançada como e-commerce em maio de 2020 em plena pandemia, a Cygnus é uma empresa na fase de validação de mercado. Os produtos ofertados no mercado são roupas inclusivas e alguns acessórios confeccionado com a reutilização de tecidos. A proprietária é a estilista e desenvolve as modelagens. Quanto as confecções das peças, essas são terceirizadas, porém parte do acabamento a proprietária faz questão de realizar, além de ser responsável também pelo envio das peças vendidas. Como pontos fortes da empresa foi observado pelo grupo 1, os seguintes aspectos: Criatividade e grande e Grande potencial de mercado. Já como pontos fracos os alunos sinalizaram: falta de gestão de marketing e dificuldade de priorizar ações bem como as atividades estar centrada na proprietária da marca.

Projeto Proposto:

Nome do projeto: Cygnus online

Escopo: Necessidade organizacional

Tempo estimado: 18 meses

Custo estimado: R\$12.000,00

Como justificativa os alunos do grupo 1 trouxeram os seguintes dados: 70% dos brasileiros usam internet 48% já compraram pela internet 23% foi o aumento das vendas online em 2018 a 2019, 19% das vendas do varejo foram feitas pela internet com isso se fizermos um bom trabalho com marketing e certeza de aumento em nossas vendas.

Os alunos acreditam que para a implementação e monitoramento do projeto se faz necessário uma boa comunicação, além de reuniões semanais e mensais a fim de analisar que o escopo, tempo e custo está conforme o planejado.

Com as metas traçadas, a finalização do projeto espera alavancar as vendas da empresa em um período de curto prazo de 3 meses, para isso foi

traçado um plano de marketing pessoal e digital com o objetivo de atrair novos clientes.

5.2 Sapos Lava Car

Empresa MEI, constituída há pouco mais de um ano no município de Carlópolis.

Serviços ofertados pela empresa são os seguintes: lavagem básica, lavagem completa, enceramento, polimento, higienização de bancos e vitrificação. Também oferece lavagem de Bike.

Como ponto forte, podem- se ressaltar o bom Network do proprietário. Como pontos negativos, destacam-se a falta de planejamento e organização, além da estrutura física que está localizada em rua sem asfalto. O grupo 2 apresentou o seguinte projeto:

Projeto Proposto:

Nome do Projeto: RenovAR

Escopo: Reestruturação Organizacional (pessoas e cargos) e física (organização do estabelecimento). O intuito é promover a organização e incentivar o planejamento a fim de alavancar o empreendimento, seu potencial competitivo e, por consequências, os lucros;

Tempo: 4 meses e 2 semanas;

Custo: R\$8.200,00.

Atividade	Responsável	Duração	Custos	Objetivos
Contratação dos prestadores de serviços (MEI)	Proprietário	1 mês	R\$400,00 para elaboração de contratos de prestação de serviço e reconhecimento de assinaturas	Formalização legal;
Treinamento e capacitação (Capacitação para Lava Jato)	Toda a empresa	1 mês	R\$ 2.500,00 para compra dos cursos e dos materiais	Aperfeiçoar as competências dos participantes e

e Capacitação para Assistentes Administrativos); (Ferramentas de Planejamento e Gestão Empresarial)				melhorar a prestação do serviço
Destinação de um colaborador para rotinas administrativas	Colaborador responsável pelo Setor Administrativo	1 semana	R\$ 0,00	Garantir o bom funcionamento do local, visto que o proprietário possui outro emprego e não acompanha a empresa em período integral
Implementação de 5S	Toda a empresa	2 meses	R\$ 5.00,00 para contratação da consultoria e dos materiais	Organizar o ambiente e padronizar os processos
Levantamento de indicadores para cada serviço e Exposição das informações	Proprietário e Setor Administrativo	1 semana	R\$ 300,00 para compra de um quadro e pinceis atômicos	Reforçar a padronização, o planejamento e a organização

Como justificativa para o projeto, o grupo 2 considera um ramo promissor de negócio, uma vez que estamos em tempos de Pandemia e os cuidados com higiene e limpeza se evidenciam ainda mais; ressaltando a excelente rede de contatos do empresário em seu município de atuação. Logo, fica coerente dizer que o empreendimento tem potencial. Com o aprimoramento dos serviços e das competências dos colaboradores e do empresário, ocasionando melhorias nos processos e no ambiente, há grandes chances para a empresa se tornar um diferencial competitivo em seu ramo de atuação.

Conforme dados da Revista Exame, publicados a partir de uma pesquisa realizada pela empresa Accenture, no ano de 2015 “as empresas brasileiras, juntas, perderam cerca de 217 bilhões de dólares devido a clientes que migraram para a concorrência insatisfeitos com os serviços prestados.” Nesse sentido, o projeto busca mitigar tais insatisfações através do desenvolvimento das pessoas e da organização estrutural e física do negócio.

É notável o potencial do empreendimento, porém faltam ações de incentivo ao colaborador e à organização. Dessa forma, com a reestruturação do negócio, a empresa conseguirá alcançar e fidelizar ainda mais clientes, visto que terá mais credibilidade no mercado.

A implementação do projeto aconteceria por etapas, dentro do prazo estimado, e na sequência das ações propostas nos slides anteriores. O monitoramento das atividades aconteceria de forma semanal, para garantir o cumprimento dos prazos. O tema do projeto deu-se pelas principais necessidades mapeadas. Não foi visto como oportuno a implementação de um novo serviço, ou de uma nova promoção, enquanto não houvesse a melhor estruturação e organização do negócio. Com este projeto, pretendemos adequar o ambiente empresarial, tornando-o mais organizado e dinâmico, e buscamos o aperfeiçoamento do time, para que entregasse um serviço com maior qualidade e agilidade, no intuito de satisfazer e encantar os clientes, uma vez que encontrariam em um só lugar organização, bom atendimento, pontualidade e qualidade. Um diferencial competitivo capaz de fidelizar clientes e cativar novos.

5.3 RBK Solução Digital

Empresa MEI, que administra projetos de marketing e publicidade, alinhados à objetivos e necessidades de cada cliente, especializados em mídias digitais e Inbound Marketing. Como pontos fortes, o grupo 3 identificou: Atendimento (Atenção) - Inbound Marketing e a própria necessidade de

mercado. E como pontos fracos foi percebido a necessidade de confiança de mercado, visto que a empresa ainda é nova

Projeto Proposto:

Nome do Projeto: Capacitação Organizacional

Escopo: Necessidade organizacional.

Tempo: 2 anos.

Custo Médio: 5.000 reais.

Como justificativa para o projeto o grupo 3 salienta que com o alto nível de competitividade para a permanência no mercado é necessário constante qualificação profissional.

Plano de Ação proposto:

CURSO DE CAPACITAÇÃO.

Quem vai executar: Colaborador ou estagiário;

Tempo de execução: 3 meses;

Valor: 300 reais;

Objetivo: Capacitar seu colaborador ou estagiário para o mercado.

PALESTRAS INOVAÇÃO E TECNOLOGIA.

Quem vai executar: Proprietário e Colaborador;

Tempo de execução: 1 semana;

Valor: 200 reais;

Objetivo: Atualizar seu conhecimento geral sobre as atualizações do mercado tecnológico.

PÓS-GRADUAÇÃO EM MARKETING DIGITAL.

Quem vai executar: Proprietário;

Tempo de execução: 18 meses;

Valor: 2500 reais;

Objetivo: Especializar o conhecimento no marketing oferecido pela empresa.

WORKSHOP DE ATENDIMENTO AO CLIENTE.

Quem vai executar: Proprietário e Colaborador;

Tempo de execução: 3 meses;

Valor: 2000 reais;

Objetivo: Melhorar ainda mais a relação com o cliente.

Com um método atualizado constantemente, espera-se que a empresa consiga de 2 a 3 clientes a mais mensalmente, seja por meio de divulgação ou indicação. E além de conquistar e fidelizar clientes.

5.4 Fisiocorp

Há 8 anos no mercado a Fisio Corp oferece saúde e bem-estar através de cuidados com o corpo e com a mente, oferecendo aos seus clientes serviços de: estética, fisioterapia, massoterapia, nutrição, ortopedia, pilates, psicologia, terapia de florais e terapia holística.

Como pontos fortes pode se identificar uma cartela confortável de clientes fidelizados visto a empresa estar ativa a um bom tempo. Além da constatare capacitação da proprietária e a atenção de apresentar inovações no segmento. Porém como pontos fracos observa-se a falta de organização financeira e a deficiência de estratégias de marketing. O grupo 4 apresentou as seguintes ações:

Projeto Proposto:

Nome Projeto: Reestruturação da marca

Escopo: Necessidade organizacional.

Custo: Aproximadamente R\$ 15.550

Tempo: 8 meses.

Atividade	Realizador	Tempo	Escopo	Custo
Logomarca	Terceirizado	3 semanas	Criação e implementação	R\$ 750
Consultor financeiro	Terceirizado	6 semanas	Retomar o controle das operações da empresa	R\$ 9.600
Estagiário de marketing	Estudante de publicidade/marketing	8 meses	Desenvolvimento de novas estratégias de marketing para as mídias sociais	R\$ 5.200
Curso de capacitação	Ana Clara	1 mês	Aprimoramento profissional	-

Justificativa do projeto, o grupo 4 salienta a necessidade de um aprimoramento nas questões administrativas da empresa, resultando em um melhor controle organizacional para a proprietária do negócio. E um enfoque nas questões visuais, buscando trazer uma nova imagem para a organização, tanto no espaço físico como nas mídias sociais.

5.5 Ponto Grife

A empresa localizada em Santo Antônio da Platina, está ativa no mercado a 2 anos e abrange produtos de qualidade, diversidade e fora dos padrões de produção industrial. Possui produtos e acessórios da moda masculina além de contar com consultoria de moda.

Como ponto forte o grupo 5 identificou a questão do atendimento exclusivo e o engajamento nas redes sociais. Já como pontos fracos o grupo apresentou estratégias de marketing para atração de novos clientes e a criação de parcerias.

Projeto Proposto:

Nome do Projeto :Inova Ponto Grife

Escopo: Necessidade Organizacional.

Tempo: 6 meses.

Custo médio: 12.500,00 reais.

Ações Necessárias:

- Levantamento de estratégia de marketing/publicidade
- Análise de parceiros concretos (contratos)
- Aumento de diversidade de produtos e assessórios

Propostas:

1. Treinamento para funcionários: 1.500,00 reais.
2. Consultoria de Marketing Digital: 5.000,00 reais.
3. Reformas no espaço de atendimento 6.000,00 reais.
4. Contratação de colaborador

O grupo 5 acredita que para o monitoramento do andamento do projeto se faz necessário as seguintes ações: Reuniões semanais; Pesquisa de mercado; Análises de mercado regionais; Planejamento de vendas; Relatórios de despesas; Relatórios de lucros semanais; Levantamentos de metas atingidas e a serem atingidas e Premiações para colaboradores como forma de incentivo. O projeto proposto tem como objetivo a capacitação dos colaboradores sendo um excelente diferencial competitivo, além de atrair novos clientes e consolidar parcerias que resultem na fidelização de clientes.

CONCLUSÃO

O presente artigo proporcionou uma reflexão sobre a importância de aulas práticas para o enriquecimento das competências técnicas dos alunos de administração. A disciplina Gestão de Projetos proporciona a análise da eficácia de projetos em diferentes segmentos atingindo diversos objetivos. Através de aulas práticas e contato com gestores os alunos do sétimo período de Administração, puderam vivenciar a realidade que os aguardam no mercado

de trabalho, além de utilizar os conhecimentos teóricos aprendido nos semestres anteriores. Segundo relato dos próprios alunos envolvidos, esses tipos de atividades tornam o ensino mais atrativo e mais eficaz além de proporcionar momentos de trocas de ideias com seus colegas. Em um mundo de constante mudança faz-se necessário tornar o aluno ativo no processo de aprendizagem e permitir que ele construa suas próprias estratégias com base nas teorias apresentadas. Dessa forma os alunos do sétimo período de Administração de 2021 da Fanorpi – Faculdade do Norte do Paraná puderam vivenciar essa experiência.

Referências

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. 1. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

COSTA, Adriana Bastos da. **Fundamentos da Gestão de Projetos da teoria à prática – como gerenciar projetos de sucesso**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

JUNIOR, Moacir Ribeiro de Carvalho. **Gestão de Projetos da academia a sociedade**. Curitiba: Intersaberes, 2012.