



**FUNDAÇÃO PRESIDENTE ANTONIO CARLOS
FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS DE AIMORÉS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**EULÁLIA XAVIER MIRANDA
ISADORA SILVA MORAIS
MILENA JESUS DE SOUZA**

PROJETO EMPRESARIAL: FRANCIS CONFECÇÕES

AIMORÉS

2019

Eulália Xavier Miranda

Isadora Silva Morais

Milena Jesus de Souza

PROJETO EMPRESARIAL: FRANCIS COONFECCÕES

Projeto de serviço apresentado à Faculdade Presidente Antônio Carlos de Aimorés - Unipac, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

APROVADO EM 09/12/ 2019

BANCA EXAMINADORA

Alexsandro Stein Fernandes
Fundação Presidente Antônio Carlos de Aimorés - FUPAC

Cyntia Carreiro Boechat
Fundação Presidente Antônio Carlos de Aimorés - FUPAC

Regina Lia Poletti
Fundação Presidente Antônio Carlos de Aimorés - FUPAC

RESUMO

Este projeto empresarial foi realizado na empresa Francis Confecções, no município de Aimorés. A empresa atua desde o ano de 2003 no estado de Minas Gerais, sendo administrada pela proprietária: Delvira Bernardina Neta Santolin, a mesma não possui qualificação profissional, apenas ensino médio, todo o conhecimento adquirido foi através da prática. O empreendimento teve início com um pequeno negócio na casa da própria proprietária até chegar à estrutura que é atualmente, uma loja bem localizada no centro da cidade de Aimorés. Trata-se de uma empresa especializada no ramo de comércio varejista de artigos de armarinho e confecções de roupas. Por meio de visitas feitas na loja e entrevistas realizadas com a proprietária, foi identificada a carência em determinadas áreas como: o controle de vendas, estoque de matéria-prima e marketing. A empresa atua em um mercado onde existem muitos concorrentes, sendo três concorrentes diretos, diferenciando somente no setor de armarinho. A loja atende os públicos das classes A, B e C. Identificou-se a necessidade de acompanhar o controle de estoque de matéria-prima, vendas e melhoria na administração das ferramentas utilizadas na empresa de marketing, sugere-se assim, a utilização de planilhas e movimentação das redes sociais, para resolver este impasse. Diante da aplicação de tais ferramentas administrativas proposta a gestora, espera-se que a Francis Confecções vantagens competitivas no mercado.

Palavras-chaves: Publicidade. Estocagem. Controle.

ABSTRACT

This business project was carried out at Francis Confecções, in the municipality of Aimorés. A company operates since 2003 in the state of Minas Gerais, being managed by the company: Delvira Bernardina Neta Santolin, it has no professional qualification, only high school, all the knowledge acquired through practice. The enterprise started with a small business in its own house until it reached the current structure, a store well located in the center of Aimorés. It is a company specialized in the trade of haberdashery articles and clothing. Through store visits and interviews with a company, a shortage was identified in specific areas: sales control, raw material inventory and marketing. The company operates in a market where there are many competitors, three of which are direct competitors, differentiating only the haberdashery sector. A store caters to the public of classes A, B and C. It was identified the need to monitor the control of primary material inventory, sales and improvement in the management of tools used in the marketing company, so it is suggested a use of spreadsheets. and movement of social networks, to resolve this impasse. In view of the application of such administrative tools proposed for managers, expect Francis Confecções to have competitive advantages in the market.

Keywords: Advertising. Stocking Control.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise dos concorrentes	13
Tabela 2: Análise SWOT	14
Tabela 3: Atividades a serem desenvolvidas	20
Tabela 4: Metodologia utilizada para cada atividade	21
Tabela 5: Equipe envolvida no projeto	23
Tabela 6: Cronograma	24
Tabela 7: Recursos materiais e humanos.	25
Tabela 8: Riscos que podem comprometer o projeto.	26

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	10
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	11
2.1 Histórico	11
2.2 Estrutura Empresarial no Município	11
2.3 Dados do Empreendedor.....	12
2.4 Análise de Mercado	12
3. ANÁLISE SWOT	14
4. PROBLEMATIZAÇÃO	16
5. JUSTIFICATIVA	17
6. OBEJTIVOS	18
6.1 Objetivo Geral.....	18
6.2 Objetivos Específicos	18
7. METAS.....	19
8. ATIVIDADES.....	20
9. METODOLOGIA	21
10. PARCERIAS.....	22
11. EQUIPE DE TRABALHO	23
12. CRONOGRAMA.....	24
13. ORÇAMENTO	25
14. RISCOS	26
15. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
REFERENCIAS	28

1. APRESENTAÇÃO

O projeto empresarial proposto tem como intenção a reestruturação do marketing e melhorias na organização da empresa Francis Confecções. A loja trabalha no ramo de confecções e varejo de aviamentos para produção das peças, está inscrita no CNPJ: 04.416.336/0001-90, localizada no município de Aimorés, no estado de Minas Gerais, tem como proprietária a senhora Delvira Bernardina Neta Santolin.

A empresa atua no mercado desde o ano de 2003. A Sr^a. Delvira começou com um pequeno negócio em sua própria casa, até chegar à estrutura que é hoje em dia, contando com uma experiência de dezesseis anos no mercado, com um total de sete funcionários diretos. A Francis Confecções atende clientes de toda microrregião de Aimorés e também de Colatina-ES. A demanda da cidade de Baixo Guandu é pequena devido ao alto índice de competitividade comercial do ramo.

Nos dias atuais permanecer no mercado não tem sido fácil, com as estratégias de marketing bem aplicadas, a empresa ganha destaque, pois adquirem técnicas e práticas que visam agregar valor aos produtos a fim de atribuir maior importância para um determinado público-alvo. A reestruturação ajudará a manter e conquistar novos clientes, ampliando suas vendas e alcançando seu principal foco que é a maximização dos lucros.

A empresa analisada não possuía missão, o projeto empresarial após entender os parâmetros da empresa, sugeriu-se que a missão a ser adotada seja: Oferecer opções de vestuários masculinos e femininos, garantindo conforto, beleza e atendimento de qualidade aos nossos clientes.

A empresa Francis Confecções possui expectativa de atingir as metas planejadas de forma mais eficiente possível, através das atividades orientadas pelo projeto empresarial, visando suprir a demanda dos clientes e o seu crescimento, possibilitando assim um aumento de vantagens competitivas de mercado.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1 Histórico

A loja Francis Confecções está situada na Rua Coronel José Tiago, no centro da cidade de Aimorés-MG, um local bem acessível. Atua nesse ramo desde 14 de junho de 2003, a partir da iniciativa de sua fundadora Delvira Bernardina Neta Santolin, com a ajuda de seu cônjuge, Francisco Santolin. Delvira relata que desde pequena possui facilidade para costura e bordados, a sua experiência não foi adquirida através de conhecimento técnico ou profissionalizante e sim na prática do dia a dia. A mesma tinha um espaço em sua residência que era utilizado para elaboração e venda das peças. Como o aumento de suas vendas, começou crescer sua visibilidade na região, esses fatos incentivaram a proprietária ao longo do tempo, tornando assim possível o início de uma loja física.

A empresa conta com sete colaboradores diretos, sendo três costureiras e quatro vendedores. A loja possui 24 metros de comprimento e 8 metros de largura. No início da abertura da empresa, havia outras organizações que já atuavam no mesmo ramo, porém essas empresas permaneciam prestando os serviços em domicílio. Com muito talento, qualidade e diferencial a empresa conseguiu se destacar, sendo a única loja na cidade que trabalha com ternos, vestidos de noivas, vestuário masculino, feminino e infantil, armarinho e bordados personalizados.

No início, os produtos eram feitos a mão, e demoravam a ser entregues, fazendo com que as pessoas preferissem ir as lojas com roupas já produzidas. No presente momento a loja conta com a colaboração de máquinas operacionais que ajudam na rapidez e excelência dos produtos produzidos.

2.2 Estrutura Empresarial do Município.

Segundo o IBGE 2010 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas), Aimorés é um município localizado no interior de Minas Gerais, região Sudeste do país. Possui uma população estimada de 26 mil habitantes, sendo 51% mulheres e 49% homens. O município conta com uma densidade demográfica de 18,50 hab/km².

O município conta com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, uma entidade privada que promove a competitividade e o

desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Atua com foco econômico, por meio de parecerias com os setores públicos e privados, programas de capacitação acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. A cidade de Aimorés também possui uma associação comercial denominada Câmara de Dirigente Lojistas – CDL, que incentiva os comerciantes e empresários locais.

A principal fonte de renda do município concentra-se no comércio e na prestação de serviços, que juntos são os principais responsáveis pelo desenvolvimento econômico do município. Segundo dados divulgados pelo (IBGE 2014) até o ano de 2013, cerca de 660 pessoas estavam ocupando o setor de comércio e 2.000 no setor de prestação de serviços.

2.3 Dados do Empreendedor

A proprietária e hoje administradora da empresa Francis Confeções é uma empreendedora nata, começou em sua própria residência. Mas antes de Delvira descobrir seus dotes na costura, morava na área rural e não teve condições de estudar, tendo feito até o 4º ano do ensino fundamental. Ela não possui cursos de qualificação profissional, e nem frequentou faculdade, só tem experiências práticas que adquiriu ao longo do tempo gerenciando o seu negócio.

2.4 Análise de mercado

Conforme a tabela 1 abaixo, foi analisado através de pesquisas, apenas os concorrentes da microrregião de Aimorés.

Legenda: Pontuação de 1 a 5, onde:

- 1 – Péssimo;
- 2 – Regular;
- 3 – Bom;
- 4 – Muito bom;
- 5 – Ótimo.

Tabela 01- Análise dos concorrentes.

Fatores Críticos de Sucesso	Análise dos concorrentes			
	Empresa	Concorrentes		
	Francis Confeccões	Intuitiva	Espaço Corpo e Arte	Leão dos Tecidos
Credibilidade	4	4	5	3
Preço	3	3	3	3
Condições de pagamento	4	4	3	3
Localização	4	4	3	3
Atendimento prestado	3	2	2	3
TOTAL (M=[a+b]/n)	3,6	3,4	3,2	3,0

Fonte: Conforme pesquisa de campo.

Os concorrentes da Francis Confeccões são a Intuitiva, Espaço Corpo e Arte Estética e Noivas e a Loja Leão dos tecidos. A pontuação da loja estudada no quesito Credibilidade são 4, empatando junto a sua primeira concorrente Intuitiva, a segunda concorrente obteve a maior pontuação equivalente a 5, e a terceira concorrente conseguiu nota 3, considerando-se bom. No segundo fator crítico, preço ambas conseguiram a pontuação 3, que equivale a regular.

A empresa que apresenta maior ameaça conforme análise realizada da tabela acima é a Intuitiva, pois ela apresenta maior média em relação às demais concorrentes.

Na condição de pagamento a Francis Confeccões obteve a pontuação 4, se sobressaindo mais uma vez sobre a sua primeira concorrente, já a segunda e terceira concorrente estudada conseguiu a pontuação 3. No quesito localização, a empresa empatou com a Intuitiva conseguindo a nota 4, que simboliza muito bom, a segunda e terceira concorrente conseguiram a nota 3. O atendimento prestado pela loja Francis obteve juntamente a loja Leão dos tecidos a nota 3, já a Intuitiva e a Espaço Corpo e Arte obtiveram a nota 2 equivalentes a regular. A média das lojas estudadas foram respectivamente, 3 e 6; 3 e 4; 3 e 2; 3 e 0. Onde a Leão dos Tecidos obteve as menores medias e Francis Confeccões as maiores.

A empresa Francis Confeccões oferece produtos que são confeccionados com garantia de qualidade desde a escolha dos fornecedores dos tecidos e materiais para costura e até mesmo a finalização das mercadorias, além de efetuar trocas de produtos que de alguma forma apresente defeitos, o que acaba sendo um serviço pós-venda, buscando acompanhar e estabelecer a satisfação dos clientes. O diferencial da Francis Confeccões em relação aos seus concorrentes é o fato dela ser a única empresa que fabrica roupas festivas na região.

A empresa Francis Confeccões só conta com fornecedores de roupas, tecidos e aviamentos. Os fornecedores de roupas e tecidos são: MG Têxtil, Império Têxtil, Janon

Tecidos, Aquarela Tecidos e Pitangui Tecidos. Os fornecedores de aviamentos são: Circulo, Anchor e Barbafo.

Os consumidores quando compram um produto estão interessados no benefício que os produtos trazem. Todos compram guiados por certas motivações, essas motivações podem ser racionais ou em parte pela publicidade, na venda de produtos ou serviços. Porém em muitas ocasiões são motivações relacionadas com os sentimentos e emoções.

Os clientes ao comprarem na Francis Confecções, recebem um atendimento diferenciado, com produtos que tem uma vida útil mais longa, com qualidade e conforto, atendendo melhor as necessidades dos clientes, além de trazer variedades de produtos, fazendo com que eles possuam maior poder de escolha em um só ambiente.

2.5 ANÁLISE SWOT

A seguir a matriz SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), desenvolvida para a empresa Francis Confecções.

Tabela 02- Análise SWOT

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Instalações próprias; • Localização privilegiada; • Credibilidade; • Grande mix de produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelização da marca no mercado; • Criar uma loja virtual; • Maximização de propagandas da empresa; • Capacitação de funcionários.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de espaço amplo para atender os clientes; • Climatização pouco favorável; • Má distribuição dos produtos nas prateleiras; 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de impostos; • Entrada de novos concorrentes no mercado; • Catástrofes naturais; • Aumento de pessoas desempregadas na região.

Fonte: Elaborado pelos discentes.

A empresa Francis Confecções tem pontos fortes relevantes como: Instalação própria, credibilidade e grande mix de produtos. Estes diferenciais podem fazer a diferença e pode evitar ameaças externas como a guerra comercial e a entrada de novos concorrentes. Em conversa com a proprietária pode-se perceber que as oportunidades aqui apresentadas serão de grande

aproveitamento pela empresa, pois a Sr^a. Delvira espera fazer com que estas oportunidades se tornem uma realidade.

Já em seus pontos fracos a empresa reconhece que precisa melhorar em suas estruturas. As sugestões aqui propostas buscam otimizar e fazer com que não haja mais preocupação com os mesmos, sendo eles: Falta de espaço amplo para atender os clientes, climatização pouco favorável e má distribuição dos produtos nas prateleiras, pois estes fatores facilitam as ameaças externas, onde pode causar danos a empresa em curto prazo.

3. PROBLEMATIZAÇÃO

Por meio das visitas realizadas à Francis confecções, identificou-se que os problemas da loja são: Falta de acompanhamento das vendas, estoque e organização de setores. Estes problemas serão resolvidos através de um controle mensal das vendas e do estoque, por meio de planilha que mostre em tempo real tudo que sai e entra na empresa em relação aos produtos.

Com base em Chiavenato (2008) nota-se que os profissionais da atualidade precisam mudar e se atualizar, buscando identificar as necessidades da sociedade e das entidades, fornecer informações mais objetivas, com qualidade, ser adaptável e estar preparado para mudanças.

A organização de setores é um problema que foi resolvido em curto prazo, através da organização das prateleiras no interior da loja. Segundo Corrêa (2001), estoque é um elemento gerencial essencial na administração das empresas, para ele existem vários tipos de estoques: estoques de matérias-primas, de material semiacabado e de produto acabado.

Também, foi constatado que a falta de implementação de etiquetas próprias da loja é um problema, em que é necessário que as peças e tecidos tenham etiqueta para uma maior fixação da marca na mente dos consumidores, até mesmo para a segurança dos clientes em relação à troca, como informações de tamanho, endereço, entre outros.

A logomarca da empresa já estar consolidada no mercado e como sugestão do projeto empresarial, buscará renovar a mesma de maneira em que não mude o perfil da loja, mas que traga uma visão moderna. A Francis Confecções atualmente tem uma logomarca antiga. Foi apresentado para a proprietária uma logomarca mais atual, que deixe a marca ainda mais registrada na mente dos clientes, sem perder a identidade visual. De acordo com Budelmann, Kim e Wozniak (2010), logomarca é uma imagem que representa graficamente uma marca, nesse sentido espera-se que a nova logomarca tenha papel fundamental no processo de comunicação da Francis Confecções.

Após análise acima, pode-se constatar que esses problemas são decorrentes em grande parte relacionados à falta de conhecimentos administrativos na realização dos processos, que de certa forma, pode ser até simples de ser executado, porém a falta de planejamento, organização e informação levam a estes problemas.

4. JUSTIFICATIVA

A crescente competitividade no cenário econômico mundial, devido ao ambiente de negócios globalizado e marcado por turbulências, tem levado as pequenas e médias empresas a enfrentarem muitos desafios. Partindo desse panorama, podemos perceber que a Francis Confecções precisa procurar meios para estar se inovando e acompanhando a evolução do mercado em que ela atua.

Visto a importância de se implantar as ferramentas administrativas, para solucionar os problemas identificados na empresa Francis Confecções, percebe-se que a maioria deles acontecem pela falta de informações e conhecimentos da gestora. Este projeto empresarial visa implantar soluções eficientes para a empresa, fazendo com que a mesma tenha um retorno positivo em relação aos seus clientes e colaboradores.

Para Almeida (2007) controle Interno demonstram em uma empresa o conjunto de processos, métodos ou rotinas com o intuito de proteger os ativos, criar dados contábeis confiáveis e auxiliar a administração na condução ordenada dos negócios da empresa.

Todas as sugestões presentes neste projeto: Proporcionar a organização interna da matéria prima da Francis Confecções, implementar etiquetas próprias personalizadas nas roupas, implantar controle de estoque e de vendas, reformular a logomarca da empresa com um novo designer relacionado à moda e atualizar as redes sociais da Francis Confecções. Acarretará investimentos e envolvimento de toda a equipe da empresa, na implantação das ferramentas aqui propostas, sendo importante para agregar valor, credibilidade e conhecimento para a organização.

É imprescindível que a empresa Francis Confecções siga as sugestões sugeridas através desse projeto empresarial para conseguir se destacar entre seus concorrentes. O desenvolvimento do mesmo pode ser transformado em uma importante ferramenta para minimizar riscos e incertezas, conseguindo assim, a obtenção do alcance dos objetivos e metas propostos nesse projeto.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo Geral

Criar e implementar o controle da gestão administrativa e de marketing da Francis Confecções, para obter melhores resultados financeiros e conseqüentemente auxiliar em seu aumento de vendas e reconhecimento no mercado onde está inserida, além de proporcionar a fidelização dos clientes.

5.2 Objetivos Específicos

- Proporcionar a organização interna de matéria-prima da Francis Confecções.
- Criar identidade visual nas peças produzidas, por meio de etiquetas de troca com a logomarca da loja.
- Renovar a logomarca da empresa com um novo designer.
- Implantar a gestão do estoque e vendas dos produtos, por meio de planilhas mensais.
- Retomar as atividades das redes sociais, sendo elas no Instagram e no Facebook da Francis Confecções.

6. METAS

- Organizar o estoque de matéria prima e reposição das mercadorias nas prateleiras, até julho de 2019.
- Criar e confeccionar etiquetas personalizadas da empresa nas roupas produzidas, até setembro de 2019.
- Criar planilhas de controle de estoque e vendas para serem atualizadas diariamente, até novembro de 2019.
- Implantar a nova logomarca, até outubro de 2019.
- Renovar e atualizar as redes sociais da Francis Confecções, até agosto de 2019.

7. ATIVIDADES

Tabela 03- Atividades a serem desenvolvidas.

ITEM	DESCRIÇÃO
01	Visita inicial à Francis Confeccões.
02	Análise da empresa realizada durante as visitas.
03	Identificação dos problemas internos da Francis Confeccões.
04	Apresentação das ferramentas administrativas a Sra. Delvira para serem implantadas na empresa pelos discentes da UNIPAC.
05	Contabilizar todo o estoque da empresa para a elaboração da planilha de controle de estoque.
06	Criar e implantar planilha para controle das vendas e de estoque da Francis Confeccões.
07	Orientar funcionário responsável pela atualização da planilha de controle de estoque e vendas.
08	Organizar o estoque interno no espaço físico, para melhor utilização da matéria-prima da loja.
09	Retomar as atividades dos meios de divulgação dos produtos, através de atualizações constantes do Instagram e Facebook.
10	Criar arte da nova logomarca da Francis confeccões.
11	Apresentar e solicitar a aprovação da nova logomarca para a empresa.
12	Realizar orçamento de despesas para confeccionar etiquetas a serem utilizadas nas peças.
13	Apresentação para a banca do TCC.

Fonte: Elaborada pelos decentes.

8. METODOLOGIA

Tabela 04- Metodologia utilizada para cada atividade.

ITEM	DESCRIÇÃO	METODOLOGIA
01	Visita inicial à Francis Confeccões.	Em março de 2019 o grupo reuniu-se com a empresária para confirmar a realização do projeto empresarial da Francis Confeccões.
02	Análise da empresa, realizada durante as visitas.	O grupo aplicou diagnóstico para identificar os problemas internos, em março de 2019.
03	Identificação dos problemas internos da Francis Confeccões.	Análise das ferramentas administrativas a serem implementadas na empresa para minimizar os problemas identificados, abril de 2019.
04	Apresentação das ferramentas administrativas a Sra. Delvira para serem desenvolvidas na empresa pelos discentes da UNIPAC.	Após analisar os problemas, apresentou as propostas de melhorias oferecidas pelo grupo, em abril de 2019.
05	Contabilizar todo o estoque da empresa para a elaboração da planilha de controle de estoque.	Verificação de toda a matéria-prima da empresa para ser organização, em julho de 2019.
06	Criar e implantar planilha para controle das vendas e de estoque da Francis Confeccões.	Ao analisar a necessidade de gestão de estoque e vendas, será elaborado pelos discentes um modelo de planilha a ser utilizado na empresa, em novembro de 2019.
07	Orientar um funcionário responsável pela atualização da planilha de controle de estoque e vendas.	Os discentes realizaram uma visita especificamente para orientação de como preencher os dados da planilha, para assim observarem as movimentações diárias da loja, em novembro de 2019.
08	Organizar o estoque interno para melhor utilização da matéria-prima da loja.	Organização do estoque de matéria-prima, organizado pelas alunas da UNIPAC, em agosto de 2019.
09	Retomar as atividades dos meios de divulgação dos produtos, através de atualizações constantes do Instagram e Facebook.	Publicação de fotos dos produtos novos confeccionados diariamente nas redes sociais: Facebook e Instagram, em agosto de 2019.
10	Criar a arte da nova logomarca.	Apresentação de ideias do grupo para uma nova logomarca para a empresa, em setembro de 2019.
11	Apresentar e solicitar a aprovação da nova logomarca para a empresa.	Apresentação da nova logomarca para a proprietária, em setembro de 2019.
12	Realizar orçamento de despesas para confeccionar etiquetas a serem utilizadas nas peças.	Impressão e utilização da nova etiqueta nas peças de roupas, em outubro de 2019.
13	Apresentação para a banca do TCC.	Apresentação dos discentes à banca de professores para aprovação do Projeto Empresarial, em dezembro de 2019.

Fonte: Elaborado pelos discentes.

9. PARCERIAS

O Projeto empresarial conta com a parceria da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Aimorés e dos alunos do curso de Administração, além do direcionamento transmitido pela orientadora da disciplina de Projeto Empresarial I.

10. EQUIPE DE TRABALHO

Tabela 05- Equipe envolvida no projeto

Nome	Função do Projeto	Profissão ou Ocupação	Grau de escolaridade	Condição de Trabalho	
				Voluntário	Remunerado
Eulália Xavier Miranda	Analista	Estudante	Graduando em Administração	Sim	Não
Isadora Silva Morais	Analista	Auxiliar Administrativo	Graduando em Administração	Sim	Não
Milena Jesus de Souza	Analista	Estudante	Graduando em Administração	Sim	Não

Fonte: Elaborada pelos discentes.

11. CRONOGRAMA

É a representação gráfica do tempo das ações e das atividades planejadas. Responde quando ocorrerão as atividades previstas durante o período estabelecido para o projeto empresarial.

Tabela 06- Cronograma.

ITEM	DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES	ANO 2019									
		MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1	Visita inicial à Francis Confeccões.	■									
2	Análise da empresa, realizada durante as visitas.	■									
3	Identificação dos problemas internos da Francis Confeccões		■	■							
4	Apresentação das ferramentas administrativas a Sra. Delvira para serem desenvolvidas na empresa pelos discentes da UNIPAC.		■								
5	Contabilizar todo o estoque da empresa para a elaboração da planilha de controle de estoque				■	■					
6	Criar e implantar planilha para controle das vendas e de estoque da Francis Confeccões.								■	■	
7	Orientar um funcionário responsável pela atualização da planilha de controle de estoque e vendas.									■	■
8	Organizar o estoque interno para melhor utilização da matéria-prima da loja.						■				
9	Retomar as atividades dos meios de divulgação dos produtos, através de atualizações constantes do Instagram e Facebook.						■				
10	Criar a arte da nova logomarca.							■			
11	Apresentar e solicitar a aprovação da nova logomarca para a empresa.							■			
12	Realizar orçamento de despesas para confeccionar etiquetas a serem utilizadas nas peças.								■	■	
13	Apresentação para a banca do TCC.										■

Fonte: Elaborado pelos discentes.

12. ORÇAMENTO

Tabela 07- Recursos materiais e humanos.

ITEM	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE/ VOLUME	VALOR TOTAL (R\$)
1	MARKETING		
1.1	Criação da arte de etiquetas	01	140,00
1.	Placa de Identificação	01	1.060,00
1.2	Criação da logomarca.	01	140,00
1.3	Impressão da etiqueta.	500	700,00
2	ORGANIZAÇÃO		
2.1	Prateleiras.	05	1.975,00
3	CONTROLE		
3.1	Implantação de planilha para controle de estoque.	01	150,00
4	TOTAL		
4.1	Total Geral		4.165,00

Fonte: Elaborada pelos discentes.

13. RISCOS

Tabela 08- Riscos que podem comprometer o Projeto.

RISCOS	ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR
Perda do banco dados de controle de estoque.	Backup frequente
Ameaça dos concorrentes	Investir em melhores condições de pagamento para reduzir a concorrência.
Aumento no preço de confecções de etiquetas e criação da logo	Buscar negociações com fornecedores e pesquisa de preços nos concorrentes.

Fonte: Elaborada pelos discentes.

14. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto empresarial da Francis Confecções, foi desenvolvido com o intuito de resolver os problemas detectados por meio das visitas técnicas realizadas na empresa. Através de entrevistas feitas com a proprietária e funcionários, percebe-se que a empresa possui melhorias a serem implantadas nas áreas administrativas e marketing.

Foi realizado a organização dos produtos por setores com intuito de melhorar a visibilidade e manuseio dos mesmos, otimizando o tempo do cliente para realizar suas compras. Outra área alterada, foi em relação as mídias sociais da empresa, pode se perceber um aumento significativo nas publicações relacionadas aos produtos da Francis Confecções, abrangendo um numero maior de clientes consequentemente. Por fim, foi implantado o controle de estoque e vendas da empresa proporcionando uma melhor organização e mais tempo para pesquisa de mercado em relação a compra de produto junto à novos fornecedores, conseguindo assim melhores preços.

A Francis Confecções iniciou a implementação do projeto com a contabilização dos produtos no estoque, reorganização das novas prateleiras e criação de planilhas de controle de vendas. Após essas etapas, foi desenvolvido a reorganização das mídias sociais da empresa como a Fanpage e o Instagram.

Além disto foi criado uma nova logo da empresa para que fosse implementado etiquetas de informações da roupa própria da marca Francis Confecções. Sugere-se troca da faixa da loja com a nova logo, contudo, essa mudança demanda tempo e dinheiro, o que pode ser adotada pela proprietária a longo prazo.

Diante de todas as medidas propostas pela equipe do projeto empresarial, pode-se concluir que colocado em prática todas as ideias deste projeto a Francis Confecções, ganhará fidelização do seu público-alvo e consequentemente aumentará a cartela de clientes e seu aumento de lucratividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Marcelo Cavalcante. Auditoria: um curso moderno e completo. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BUDELMAN, Kevin; KIM, Yang; WOZNIAK, Curt. Brand identity essentials: 100 principles for designing logos and building brands. Beverly: Rockport Publisher, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações –3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- CORRÊA, Henrique L. Planejamento, programação e controle de produção. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001. p. 49-52;417-420.
- IBGE. Censo Demográfico. 2010. Disponível em:
<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/aimores/panorama>>. Acesso em 11 de abril de 2019.
- IBGE – Instituto de Geografia e estatística. Cadastro Central de Empresas.2014. Disponível em <https://cidades.br/economia.php?lang=_PT&codmun=310110&search=minas-gerais%7Caimores>. Acesso em 11 de abril de 2019.
- OLIVEIRA, Mara R. Manual para Apresentação de Trabalhos de Conclusão de Cursos-TCC. Barbacena, 2019.