



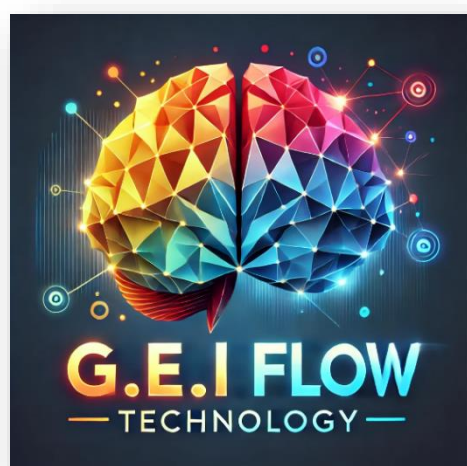
Disciplina:
Projeto Integrador I
Compreendendo o Negócio

Afonso Lechugo Isaac
Alex Vitor Fructos
Bruno Vinicius Urias Queiroz

Sumário

1 INTRODUÇÃO AO NEGÓCIO	4
2 DEFINIÇÃO DA EMPRESA	4
2.1 Missão	5
2.2 Visão	5
2.3 Valores	5
2.4 Lema	6
3 SEGMENTO DE MERCADO	6
4 PRINCIPAIS PRODUTOS	6
5 PRINCIPAIS CLIENTES	7
6 ANÁLISE DE MERCADO	7
7 PRINCIPAIS CONCORRENTES	13
7.1 Linkana:	14
7.2 Mercado Eletrônico:	14
7.3 Sankhya:	14
7.4 SAP Ariba:	14
8 PONTOS FORTES E FRAQUEZAS DOS CONCORRENTES	14
8.1 Pontos Fortes	15
8.2 Pontos Fracos	15
9 ANÁLISE SWOT	15
10 5W2H	17
11 BALANCED SCORECARD	18
12 POSICIONAMENTO DA EMPRESA E DIFERENCIAL COMPETITIVO	19
12.1 Simplicidade e Usabilidade	19
12.2 Transparência Operacional	19
12.3 Segurança e Inovação Tecnológica	19
12.4 Flexibilidade e Adaptação	19
13 PROCESSO ORGANIZACIONAL	20
14 DEFINIÇÃO DOS CONJUNTOS	20
14.1 Fornecedores parceiros	20
14.2 Clientes contratantes	20
14.3 Funcionalidades da plataforma G.E.I FLOW	20
14.4 Interseção: Clientes e fornecedores que interagem entre si	21
14.5 União: Ecossistema completo da empresa	21

14.6 Empresas que têm ERPs próprios e não precisam da G.E.I FLOW.....	21
14.7 Complemento: Mercados potenciais não explorados.....	21
15 LOCALIZAÇÃO	21
16 ORGANOGRAMA.....	22
17 PLANO DE MARKETING	22
18 CÓDIGO DE ÉTICA	23
Valores Fundamentais.....	23
18.1 Normas de Conduta	23
18.2 Compliance e Regulamentações.....	24
18.3 Mecanismos de Denúncia.....	24
18.4 Treinamento e Comunicação	24
18.5 Revisão e Atualização.....	24
18.6 Compromisso da Liderança	25
19 LAYOUT.....	25
20 PILARES DA CULTURA	25
20.1 Objetivos da cultura	25
20.2 Estratégia	25
21 INSIGHTS	26
21.1 Através dos dados abaixo pode-se inferir as seguintes proposições	26
.....	28
21.2 Através dos dados abaixo pode-se inferir as seguintes proposições:	28
REFERÊNCIAS.....	30



1 INTRODUÇÃO AO NEGÓCIO

Este projeto nasceu de uma reflexão inovadora durante o desenvolvimento da matéria de Projeto Integrador. Criado em um ambiente colaborativo de brainstorming, nossos idealizadores identificaram uma dificuldade crítica: a falta de um fluxo eficiente de informações ao longo da jornada de trabalho de nossos 'Heróis'. Essa descoberta não apenas evidenciou um desafio significativo, mas também revelou uma oportunidade única de inovar, transformando a maneira como as multinacionais se comunicam com seus fornecedores. Ao oferecer soluções mais ágeis e eficazes, buscamos otimizar a comunicação e os processos operacionais, gerando maior eficiência e alinhamento no mercado.

2 DEFINIÇÃO DA EMPRESA

A G.E.I FLOW surgiu com o propósito de ser o elo entre fornecedores e empresas, diante da crescente demanda por profissionalização e critérios mais rigorosos na seleção de parceiros comerciais. Nossa proposta de valor consiste em facilitar a troca de informações, permitindo que os fornecedores se tornem mais competitivos e alinhados às exigências do mercado.

Acreditamos que é possível oferecer serviços de alta qualidade a um custo acessível, ajudando os fornecedores a se profissionalizarem e a se destacarem em um ambiente cada vez mais desafiador. Nosso compromisso é criar soluções que não

apenas atendam às necessidades das empresas, mas também promovam o crescimento e o desenvolvimento sustentável de todos os envolvidos.

A definição da missão, visão e valores é fundamental e estabelece uma base sólida que guia o desenvolvimento estratégico da nossa empresa afim de transmitir de maneira clara o propósito da organização e o que ela pretende alcançar no futuro.

2.1 Missão

Facilitar as transações entre fornecedores e clientes por meio de uma interface gráfica intuitiva e eficiente, otimizando o tempo e promovendo uma comunicação direta.

Buscamos impulsionar a inovação e a transformação digital nos negócios, oferecendo soluções que aprimorem a gestão e integração entre as partes.

2.2 Visão

Ser reconhecida como a principal plataforma de gerenciamento de dados personalizados entre fornecedores e clientes, destacando-se pela excelência em usabilidade, segurança e inovação tecnológica. Nosso objetivo é transformar a forma como as empresas gerenciam e comunicam suas operações, tornando os processos mais ágeis e eficientes.

2.3 Valores

Segurança priorizamos a proteção dos dados e transações dos usuários, garantindo a confidencialidade e integridade da informação, Integridade e responsabilidade atuamos com ética e responsabilidade, mantendo a transparência em todas as nossas ações, transparência buscamos clareza em todas as nossas diretrizes e processos, com o objetivo de construir confiança duradoura com nossos parceiros, Inovação acreditamos no poder da inovação para promover a evolução contínua dos nossos serviços e soluções, Eficiência focamos na otimização de processos, garantindo resultados rápidos e de qualidade para nossos clientes, parceria valorizamos relações de colaboração mútua, buscando sempre o sucesso conjunto com nossos usuários.

2.4 Lema

Melhoramos processos e transformamos relações.

3 SEGMENTO DE MERCADO

A empresa se posiciona no segmento de gestão de dados e tecnologia da informação, oferecendo soluções inovadoras e estratégicas para empresas que buscam otimizar a comunicação e o fluxo de informações entre fornecedores e clientes. Com foco em simplificar a gestão de processos logísticos, nossa plataforma permite o acompanhamento eficiente de todas as etapas, desde a solicitação até a entrega, garantindo maior visibilidade e controle sobre as operações.

Atuamos principalmente no setor industrial, atendendo empresas que necessitam de soluções ágeis e eficazes para monitorar o status de produtos e peças em trânsito, controlar prazos de entrega e aprimorar o relacionamento com parceiros comerciais. Nosso portfólio é ideal para organizações que buscam automatizar, centralizar e otimizar a gestão de suas operações logísticas, oferecendo uma interface intuitiva e segura, capaz de se adaptar a diferentes demandas e modelos de negócios, seja para pequenas empresas até grandes corporações.

4 PRINCIPAIS PRODUTOS

Plataforma de Gestão de Envio e Recebimento de Peças A plataforma oferece uma interface intuitiva para monitorar todo o ciclo de vida das peças e materiais enviados e recebidos entre empresas e seus fornecedores.

A solução permite o controle de status em tempo real, acompanhando cada etapa do processo, desde a solicitação até a devolução, garantindo previsibilidade. A automação dos fluxos reduz retrabalhos, com notificações automáticas sobre prazos e entregas, além de oferecer um histórico completo das transações. A consulta a dados anteriores possibilita a geração de relatórios para identificar inconsistências e otimizar operações futuras. Com um módulo avançado de relatórios, a plataforma oferece análises personalizadas, gerando insights específicos para cada cliente ou fornecedor. Os relatórios são customizados com base nos indicadores de desempenho desejados, incluindo KPIs dinâmicos e métricas como tempo médio de

entrega, devolução os relatórios podem ser exportados em diversos formatos ou integrados a ferramentas de análise, como o Power BI, proporcionando uma visão detalhada e integrada das principais operações a serem monitoradas.

5 PRINCÍPIOS CLIENTES

De acordo com estudos levantados temos características de possíveis clientes pequenos e de médios fornecedores que ainda não possuem um ERP integrado, grandes empresas que trabalham com diversos fornecedores terceirizados e enfrentam desafios de comunicação.

Dessa forma a nossa visão está voltada ao setor de atuação de indústrias que lidam com peças ou materiais específicos e exigem controle de envio, recebimento e devolução (automotivo, metalúrgico, bens de consumo), empresas prestadoras de serviços com alto fluxo de operações terceirizadas, com necessidades e desafios comuns como exemplo, a falta de padronização nos processos de troca de informações, dificuldades em acompanhar prazos e devoluções de produtos, baixa visibilidade dos processos de logísticos.

Os comportamento e objetivos devem se alinhar a interesses em simplificar a comunicação e diminuir o tempo de resposta, buscando por soluções leves e fáceis de implementar, que não exijam grandes investimentos em tecnologia, devem valorizar relações de confiança e previsibilidade nos prazos. Preferencialmente empresas localizadas em regiões com alta demanda por agilidade logística por exemplo grandes polos industriais, já sejam fornecedores com alta demanda de informação com necessidade de uma interface fácil para lidar com diversidade de dados dos seus clientes e com baixo poder aquisitivo sem múltiplas plataformas de comunicação.

Com as motivações para a compra dos nossos produtos do tipo, necessidade de aumentar a eficiência e melhora no relacionamento com grandes empresas parceiras, com deficiência no monitoramento de processos em tempo real a fim de evitar gargalos e reduzir custos operacionais, através de uma ferramenta funcional com um baixo investimento.

6 ANÁLISE DE MERCADO

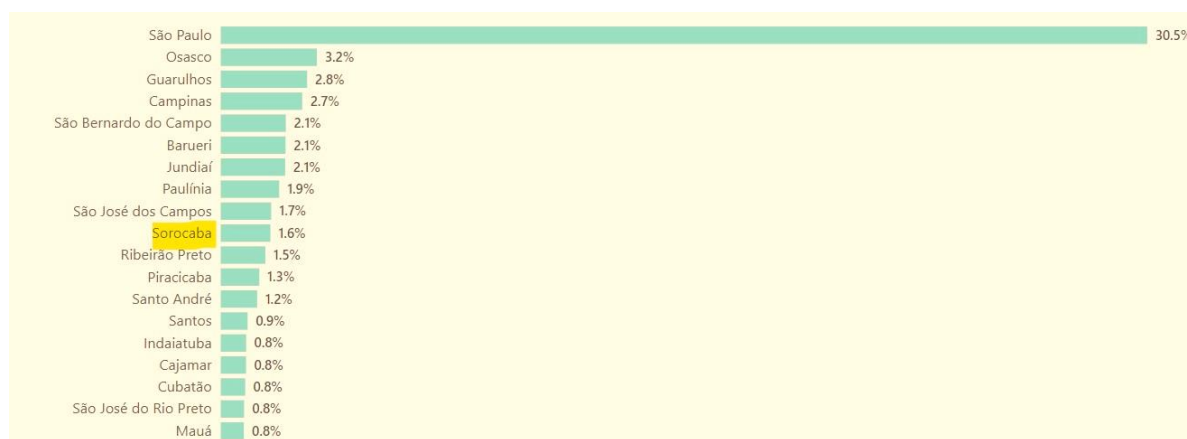
Localizada no município de Sorocaba, a G.E.I Flow está inserida em uma das principais regiões econômicas do Estado de São Paulo no que diz respeito à contribuição econômica e importância estratégica. Considerando o perfil profissional dos fundadores da empresa, e a localização da sede da empresa, é de suma importância entender o mercado local e o perfil dos clientes afim de estabelecer uma estratégia de negócio sustentável e consistente. Para entender o mercado e os clientes, foram utilizadas informações de diversas fontes de dados, como por exemplo, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEDAE) principalmente.

De acordo com o IBGE, a cidade possui uma população de aproximadamente 720 mil habitantes, com um PIB per capita de aproximado dos R\$ 65 mil e e um PIB de 44 Bilhões de reais de acordo com os dados de 2021. O produto interno bruto da cidade representou 1.6% do total do PIB do Estado de São Paulo em 2021 e um PIB per capita superior ao da capital.

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sorocaba/pesquisa/19/143491>

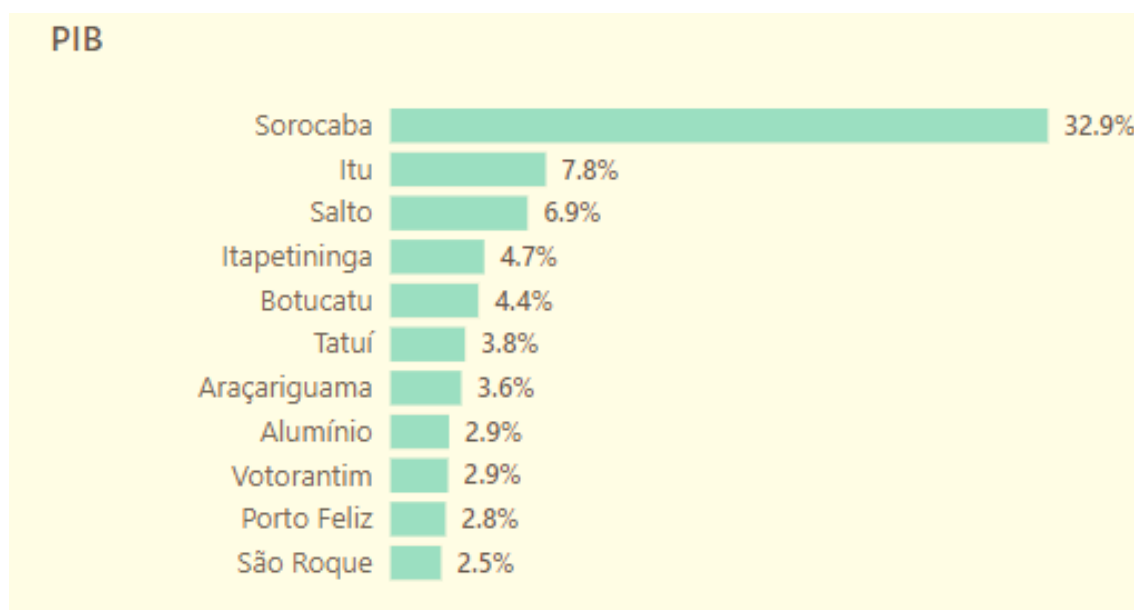
Estado			
R\$2,719,751,231,375	R\$60,583	\$75,929,517,674	\$71,774,541,327
Produto Interno Bruto (PIB), 2021	PIB per capita, 2021	Valor das Exportações (US\$ FOB), 2023	Valor das Importações (US\$ FOB), 2023
Município			
R\$44,533,398,241	R\$67,095	\$2,128,605,726	\$3,064,823,410
Produto Interno Bruto (PIB), 2021	PIB per capita, 2021	Valor das Exportações (US\$ FOB), 2023	Valor das Importações (US\$ FOB), 2023

“Em função de sua composição de indústrias, a Região Administrativa de Sorocaba possui um ótimo desempenho do PIB histórico. Conforme os dados abaixo, o crescimento trimestral do PIB da cidade tem aumentado significativamente desde 2005”, de acordo com o SEADE. “A variação do PIB desde de 2005 foi de 77%, no período”.



<https://pib.seade.gov.br/municipal/>

“Em termos de Região Administrativa, Sorocaba possui aproximadamente 30% da contribuição do PIB, principalmente no setor industrial e de serviços, seguida por Itu e Salto”, como mostrado abaixo.



“No que tange os setores econômicos, a cidade possui forte prevalência nos setores de Veículos automotores, Máquinas e Equipamentos em Equipamentos de informática. A posição de liderança no setor Automotivo e de Máquinas e Equipamentos é resultado de uma composição de grandes indústrias do setor, tais como ZF, Schaeffler, Metso, CASE, General Motors, Toyota, entre outros” segundo o SEDAE:



“O Valor de Transformação Industrial – VTI é um indicador que representa a diferença entre o valor da produção e o custo dos insumos consumidos no processo produtivo. O Seade Indústria traz metodologia específica desenvolvida pela Fundação Seade para mensuração do VTI para os municípios do Estado de São Paulo, integrando as informações da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo com os dados do Sistema de Contas Regionais. ”

<https://sptic.seade.gov.br/>

No que tange os empregos, os setores do CNAE com maiores salários são os relacionados à indústria. A divisão de Tecnologia da Informação, na qual a empresa está situada, possui um salário médio de R\$ 7,253, situando-se entre os 10 maiores pagadores de salários do município, conforme a seguir:



<https://municipios.seade.gov.br/emprego/>

Ainda, de acordo com o SEDAE, as atividades de tecnologia da informação (TIC) tem recebido altos investimentos, especialmente no setor automotivo. Esse dado contribui para a boa projeção do município uma vez que este possui uma grande representatividade do setor. De acordo com o SEDAE, o estado de São Paulo projetava um total de 18,7 Bilhões de reais em investimentos para o setor no ano de 2022. Em favor a isso, o estado tem recentemente recebido novas rodadas de investimentos, principalmente por parte de montadoras como a Toyota, que esta localizada na cidade.

Sorocaba, em particular, é um polo industrial relevante, com um forte parque de empresas automotivas e fornecedoras de autopeças, como a Honda, que possui uma planta importante na cidade, e também empresas como ZF, Tenneco e Mahle.



Considerando as regiões administrativas, Sorocaba possui um lugar de destaque neste segmento

Distribuição dos investimentos anunciados na indústria automotiva

Regiões administrativas, 2019-out.2022, em %

● RA Campinas ● RM São Paulo ● RA Sorocaba ● Demais RAs ● Inter-regionais



A Região Administrativa de Campinas concentrou 53% dos investimentos anunciados na indústria automotiva paulista (R\$ 14,4 bilhões). Outros R\$ 4,2 bilhões destinaram-se à Região Metropolitana de São Paulo, R\$ 1,0 bilhão à RA de Sorocaba, R\$ 300 milhões à RA de São José dos Campos e R\$ 100 milhões à RA Central. A abrangência inter-regional somou R\$ 7,0 bilhões, englobando a RMSP e a RA de São José dos Campos, mas sem especificação de valor para cada região.

Fonte: Fundação Seade. Pesquisa de Investimentos Anunciados no Estado de São Paulo – Piesp.

<https://informa.seade.gov.br/automotiva-lidera-investimentos-na-industria-de-sp/>

Toyota vai investir R\$ 11 bi e gerar 2 mil empregos no Brasil até 2030, diz vice-presidente Geraldo Alckmin

Além de Alckmin, evento nesta terça-feira (5) contou com a presença do governador Tarcísio de Freitas em Sorocaba (SP), cidade onde está instalada uma das fábricas da montadora japonesa.

Por TV TEM

05/03/2024 13h05 · Atualizado há 7 meses

<https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2024/03/05/investimento-toyota-sorocaba.ghtml>

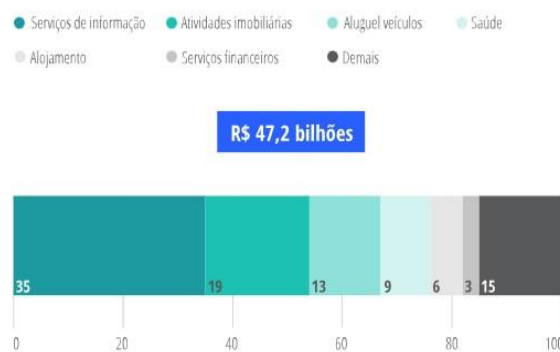
Entre 2000 e 2010, verificou-se um processo de interiorização do setor automobilístico no estado, expresso na evolução da participação dos municípios paulistas no valor de transformação industrial (VTI) do setor automobilístico estadual. De 2003 a 2017, houve queda de 33,3% para 22,9% na participação no VTI do setor automobilístico dos municípios que compõem a região tradicional do ABC (São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Diadema), enquanto Piracicaba, Sumaré e Sorocaba ampliaram sua participação de 5,5% para 21,1%.

<https://economia.seade.gov.br/wp-content/uploads/sites/15/2021/10/SpEconomia-dezembro-2020-evolucao-setor-automobilistico-estado-sao-paulo.pdf>

Por outro lado, o setor de serviços de Tecnologia da Informação (TIC) tem se destacado entre os demais, representando aproximadamente 35% do total de investimentos do Estado no período de 2021 a 2023, conforme a seguir. As principais atividades relacionadas a ele são as de data centers.

Distribuição dos investimentos no setor de serviços

Estado de São Paulo, 2021-abr.2023, em %

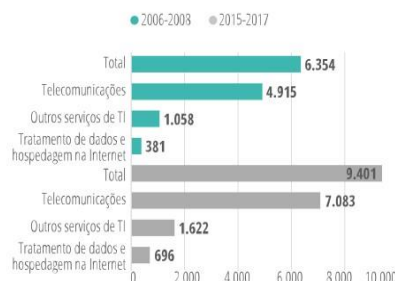


Mais de um terço dos investimentos (R\$ 16,3 bilhões) direcionaram-se a serviços de informação (especificamente, *data centers* para armazenar e processar dados de terceiros). Na sequência, vêm atividades imobiliárias, com novos empreendimentos comerciais (R\$ 9,1 bilhões), locação de veículos (R\$ 6,4 bilhões), serviços de saúde (R\$ 4,3 bilhões), de alojamento (R\$ 2,7 bilhões) e de intermediação financeira (R\$ 1,5 bilhão). Os demais subsetores somaram outros R\$ 7,0 bilhões.

Por outro lado, os gastos em inovação no setor de TIC tem aumentado no estado em comparação com 2008. Conforme a imagem abaixo, os investimentos cresceram quase 50% no período comparado, o que indica uma forte tendência no setor.

Gastos inovativos no setor de tecnologia da informação e comunicação, segundo segmentos

Estado de São Paulo, 2006-2017, em R\$ milhões constantes (deflacionado pelo IPCA)



Em termos reais, os gastos inovativos de empresas do setor de TICs somaram R\$ 6,3 bilhões em 2006-2008, saltando para R\$ 9,4 bilhões em 2015-2017. O principal segmento foi o de telecomunicações, com gastos de R\$ 7,1 bilhões em 2015-2017, crescimento de 44,1% em relação a 2006-2008.

Fonte: IBGE. Pesquisa de Inovação (Pintec) 2006-2008, 2015-2017; Fundação Seade.

7 PRINCIPAIS CONCORRENTES

Na busca por concorrentes para a G.E.I FLOW, algumas soluções se destacam no mercado de comunicação e gestão entre empresas e fornecedores, especialmente para quem não tem ERP estruturado.

7.1 Linkana:

É um startup especializada em gestão centralizada de fornecedores com foco em dados, usando tecnologias como machine learning e inteligência artificial. A plataforma simplifica o onboarding e o cadastro de fornecedores, oferecendo uma interface intuitiva e serviços personalizados, ideais para grandes projetos.

7.2 Mercado Eletrônico:

Essa solução SaaS facilita transações B2B, conectando compradores e fornecedores em um único ambiente digital. Além de gerenciar compras e vendas online, oferece um ambiente seguro e sem necessidade de infraestrutura local.

7.3 Sankhya:

Ainda que mais voltada para a gestão via ERP, a Sankhya também oferece funcionalidades específicas para gestão de parceiros e fornecedores.

A plataforma monitora desde movimentações financeiras até negociações e histórico de contatos, propondo uma abordagem completa para consolidar relações com fornecedores.

7.4 SAP Ariba:

Embora mais robusta, a SAP Ariba se destaca por sua capacidade de conectar toda a cadeia de suprimentos em uma única solução, automatizando processos desde a aquisição até o pagamento. Pode ser interessante para empresas maiores que lidam com fornecedores sem sistemas próprios estruturados.

8 PONTOS FORTES E FRAQUEZAS DOS CONCORRENTE

8.1 Pontos Fortes

Uso de tecnologia de ponta (AI, SaaS, Machine learning) para otimizar processos.

Plataformas unificadas que facilitam desde a gestão de fornecedores até o monitoramento financeiro.

Foco na automação e na personalização das soluções, com atendimento dedicado para projetos maiores.

8.2 Pontos Fracos

Soluções como SAP Ariba e Sankhya são complexas e podem ser excessivas para empresas menores que precisam de uma interface simples.

Algumas plataformas, como a Linkana, podem ter custos elevados devido à alta tecnologia envolvida, o que pode afastar pequenos fornecedores.

9 ANÁLISE SWOT

Utilizada para entender o ambiente interno e externo de uma empresa, foi analisado os pontos fortes e fracos internos, tais como as oportunidades e ameaças externas. Essa ferramenta nos ajuda melhor entender os desafios que serão enfrentados e quais recursos serão necessários para o cenário competitivo em que a empresa se encontra e traz aqui parte da estratégia a ser acompanhada.

ADAPTAÇÃO MATRIZ SWOT E OBJETIVOS SMART				
Pontos Fortes +	Oportunidades	Possíveis Tendências	Estratégia de Enfrentamento	Objetivos SMART
Preço	Um dos principais desafios para as PMEs é o custo elevado associado à implementação de um sistema ERP. Para muitas PMEs, esses custos podem ser proibitivos, especialmente quando os recursos financeiros são limitados. https://www.reportagsocial.com.br/implementacao-de-sistemas-erp-em-pequenas-e-medias-empresas-desafios-e-solucoes	Aumento de adesão por parte das empresas em informatização e das informações em sistemas de integração	Inserir o produto no Mercado como uma solução temporariamente gratuita, e após um período com baixo custo, assinatura obrigatória para o funcionamento e manutenção.	Será inserido em um cliente fornecedor de uma multinacional como teste, no segundo semestre de 2025 para validação de parâmetros e parte gráfica, com teste de 6 meses.
Funcional	A implementação de sistemas ERP em pequenas e médias empresas (PMEs) tem se tornado uma necessidade crescente no ambiente de negócios atual. Um sistema ERP integra diferentes processos de negócios em uma única plataforma, facilitando a gestão e aumentando a eficiência operacional. https://www.reportagsocial.com.br/implementacao-de-sistemas-erp-em-pequenas-e-medias-empresas-desafios-e-solucoes	Estamos vivendo uma revolução tecnológica que passa pela transformação cultural e econômica das empresas e da sociedade. https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/02/7-tendencias-em-tecnologia-e-inovacao-para-2021/	Com tanta tecnologia apresentada, fica cada vez mais difícil de interagir com vários sistemas ao mesmo tempo. Apresentar um produto visualmente prático e de fácil manuseio e com a informação necessária.	A plataforma terá um visual para celulares e computadores, deve conter cores e padrões para informações relevantes.
Simples	Sistemas ERP podem ser complexos e difíceis de entender, especialmente para empresas que não possuem uma equipe de TI robusta. A complexidade do sistema pode levar a erros de configuração e uso inadequado, o que pode comprometer os benefícios esperados do ERP. https://www.reportagsocial.com.br/implementacao-de-sistemas-erp-em-pequenas-e-medias-empresas-desafios-e-solucoes	A resistência à mudança é um problema comum em qualquer processo de transformação organizacional. Funcionários acostumados a processos e sistemas antigos podem ter dificuldade em se adaptar a um novo sistema ERP. Essa resistência pode resultar em baixa adesão ao novo sistema e, consequentemente, em falhas na execução da tarefa. https://www.reportagsocial.com.br/implementacao-de-sistemas-erp-em-pequenas-e-medias-empresas-desafios-e-solucoes	Expandir para PMEs : apresentação deve se dar por um sistema conectado a internet, onde funcione tanto em computadores como em celulares e mesmo off-line ele continue sendo abastecido.	Deverá ser aprovado por no mínimo 50% usuários que participarem da implantação do teste em 2025.

ADAPTAÇÃO MATRIZ SWOT E OBJETIVOS SMART				
Pontos Fortes +	Ameaças	Possíveis Tendências	Estratégia de Enfrentamento	Objetivos SMART
Preço	Concorrentes podem abaixar preços	No final dos anos 1990 e início dos anos 2000, os sistemas ERPs eram poucos e custavam milhares, se não milhões, de reais. Atualmente existem centenas de sistemas disponíveis, com preços acessíveis até mesmo à MEIs. https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tendencias-de-erp/	Focar em qualidade e valor agregado	Fazer pesquisas em 10 possíveis clientes no 2º semestre de 2025, com a finalidade de qual a informação tem mais dificuldade de ser transmitida.
Funcional	Soluções mais robustas no mercado	A resistência à mudança é um problema comum em qualquer processo de transformação organizacional. Funcionários acostumados a processos e sistemas antigos podem ter dificuldade em se adaptar a um novo sistema ERP. https://www.reportagsocial.com.br/implementacao-de-sistemas-erp-em-pequenas-e-medias-empresas-desafios-e-solucoes	Inovar constantemente com Foco em Simplicidade	Fidelizar o cliente anualmente, propondo sempre de 5 a 10 % melhoria.
Simples	Ser visto como muito básico por grandes empresas	O que antes era uma ferramenta quase que exclusiva das grandes empresas, o ERP tem se tornado cada vez mais popular entre os pequenos e médios negócios. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Capterra, 44% das empresas com até 250 funcionários utilizam algum tipo de sistema ERP em seus processos. https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tendencias-de-erp/	Oferecer pacotes avançados	Criar pacotes Avançados com a necessidade de cada cliente a partir do 6º mês do plano básico, influenciando a adesão da 1ª assinatura.

ADAPTAÇÃO MATRIZ SWOT E OBJETIVOS SMART				
Fraquezas	Oportunidades	Possíveis Tendências	Estratégia de Melhoria	Objetivos SMART
Marca	Investir em marketing para ganhar visibilidade	O que antes era uma ferramenta quase que exclusiva das grandes empresas, o ERP tem se tornado cada vez mais popular entre os pequenos e médios negócios. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Capterra, 44% das empresas com até 250 funcionários utilizam algum tipo de sistema ERP em seus processos. https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tendencias-de-erp/	Criar campanhas de branding	Refazer pesquisas de satisfação a cada ano de uso.
Experiência	Melhorar a experiência de cada usuário, para atrair novos usuários	A incorporação de Inteligência Artificial (IA) nos sistemas ERP está revolucionando a forma como as empresas operam. A IA permite a automação de processos, análise preditiva e personalização do atendimento ao cliente. Com isso, as empresas podem otimizar recursos, prever necessidades e melhorar a satisfação do cliente. https://inforchannel.com.br/2024/10/16/principais-tendencias-do-mercado-do-erp/	Cada um cliente com uma necessidade irá gerar outro cliente com a mesma necessidade e servindo de replicador das utilidades.	Promover feiras de Anuais Inovação entre os clientes com potencial de parcerias
Capacidade de entrega	Aumentar o quadro de funcionários para uma força tarefa mais robusta.	Dois terços – 66% – das micro e pequenas empresas brasileiras estão em estágio inicial da transformação digital. Entre as MPEs, 18% são analógicas, e 48%, emergentes. São consideradas líderes digitais apenas 3%, e 30% estão na fase intermediária. https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2021/07/66-das-micro-e-pequenas-empresas-estao-nos-primeiros-estagios-da-transformacao-digital.html	Buscar no Mercado pessoas capacitadas.	A partir do primeiro ano com lucro acima de 3 salários mínimos, no 1º Trimestre será contratado um profissional para a função com maior deficiência.

ADAPTAÇÃO MATRIZ SWOT E OBJETIVOS SMART				
Fraquezas	Ameaças	Possíveis Tendências	Estratégia de Defesa	Objetivos SMART
Marca	Concorrentes já consolidados no mercado	Percebemos isso com mais clareza do que nunca desde o início da pandemia de Covid-19 e o isolamento social. Muitas empresas tiveram que correr atrás do prejuízo digital para manter suas operações e não fechar as portas. E, nos próximos anos, as tecnologias exponenciais trarão mudanças ainda maiores em todas as áreas de nossas vidas. https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/02/7-tendencias-em-tecnologia-e-inovacao-para-2021/	Investir em branding para se diferenciar dos demais concorrentes.	Buscar capacitação para cada integrante da equipe, em Workshoppings, Palestras e ou cursos anualmente.
Experiência	Falta de experiência pode limitar confiança de clientes grandes	Brasil tem salto de 55% no número de empresas de tecnologia em dois anos. https://canaltech.com.br/empreendedorismo/brasil-tem-salto-de-55-no-numero-de-empresas-de-tecnologia-em-dois-anos-204736/	Criar parcerias para obter credibilidade	A cada conquista realizada pela empresa em relação a conhecimento, anualmente será oferecido a todos os clientes uma oportunidade de melhoria
Capacidade de entrega	Falhas técnicas ou de integração	A demora ou a não entrega do produto é um dos principais problema enfrentados pelos consumidores, seja no comércio eletrônico ou em compras efetuadas em lojas físicas que se comprometem a entregar produto em determinado prazo. https://www.jusbrasil.com.br/artigos/atraso-ou-nao-entrega-de-produtos-quais-os-seus-direitos-como-consumidor/1239316608?msocid=0b828815537f6266021b9d19527f63ef	Focar em suporte técnico e atualizações rápidas	Serão aceito projetos entregáveis, até a contratação de funcionários, de acordo com o lucro da empresa.

10 5W2H

E a ferramenta utilizada na execução de estratégias específicas ou ações táticas dentro de um plano estratégico, muito útil em planos de ação detalhados, como o lançamento de um produto, campanhas de marketing, eventos ou qualquer ação que requeira organização clara e metas bem definidas. Através da aplicação deixamos registrado aqui as nossas estratégias como objetivos, público-alvo, cronograma e recursos necessários, onde aparecem claramente detalhados de forma pratica e objetiva.

PLANO DE AÇÃO 5W2H						
What	Why	Where	Who	When	How	How Much
Fazer testes do produto em campo para garantir o bom funcionamento e aceitação.	Assegurar a assertividade no lançamento, garantindo aceitação por empresas do ramo.	Empresa fornecedora de tratamentos de superfície para multinacionais.	Departamento de Projetos, equipe de Desenvolvimento	Segundo Semestre de 2025	A relação com o cliente já está estabelecida nesse ponto, com feedback constante durante os testes.	R\$ 5.000 - Custo com testes e viagens para campo, além de recursos para monitoramento.
Trabalhar com parceiros estratégicos para promover o produto e atrair clientes.	A parceria nos permitirá alcançar e atingir objetivos de forma mais eficaz.	Empresas de prestação de serviços no setor, conforme pesquisa prévia.	Departamento de Negócios	Janeiro de 2026	Pesquisa de mercado para identificar clientes potenciais e desenvolvimento de estratégias de marketing baseadas nos serviços prestados.	R\$ 2.000 - Custos de marketing e pesquisa, incluindo ferramentas e campanhas.
O sistema funcionará online, mas também será capaz de operar com dados offline, precisando de internet apenas para atualizações.	Proporcionar uma comunicação mais eficiente e melhor funcionamento do aplicativo, aumentando sua aceitação.	Aplicativo executável no servidor do cliente, com conectividade à internet para atualizações.	Departamento de Projetos, equipe de Desenvolvimento	Segundo Semestre de 2025	Identificar sistemas e plataformas compatíveis (Windows, Linux) para garantir a execução eficaz das funções.	R\$ 10.000 - Desenvolvimento do sistema e licenças para plataformas e ferramentas necessárias.
Apresentar a solução por meio de um visual interativo e de fácil uso.	Aumentar a aceitação dos clientes, proporcionando uma interface intuitiva e amigável.	Plataforma G.E.I - Flow	Departamento de Engenharia e Desenvolvimento	Fevereiro de 2025	Utilização de ferramentas e soluções gratuitas para o desenvolvimento inicial do projeto.	R\$ 5.000 - Custos de design e ferramentas para desenvolvimento visual.
Uma ótima qualidade nas tomadas de decisões também faz parte da Qualidade do produto	Atender as necessidades de pequenos fornecedores com deficiências em seus processos de entrega.	Plataforma G.E.I - Flow	Departamento de Engenharia	Segundo Semestre de 2025	Buscar constantemente atender às necessidades dos clientes por meio de funcionalidades do aplicativo.	R\$ 8.000 - Custos com feedbacks, melhorias contínuas e implementações de funcionalidades.
Garantir alta qualidade nas tomadas de decisões dentro do sistema.	Ampliar o alcance e a demanda do produto, atingindo uma variedade maior de fornecedores, especialmente de grandes empresas.	Empresas de prestação de serviços no setor, conforme pesquisa realizada.	Departamento de Engenharia e Desenvolvimento	Segundo Semestre de 2025	Realizar pesquisas com potenciais clientes e suas redes de fornecedores para entender melhor suas necessidades.	R\$ 12.000 - Custos com pesquisa de mercado, integração com clientes e análise de dados.

11 BALANCED SCORECARD

Essa uma ferramenta de gestão estratégica que monitora e melhora o desempenho da empresa, alinhando objetivos de longo prazo com ações de curto prazo. Utilizada nos direciona através dos objetivos estratégicos alinhados entre todas as áreas da empresa, como monitorar o progresso da empresa através de indicadores baseados nos objetivos do projeto.

O estudo nos mostra como avaliar e melhorar o impacto de algumas ações de específicas.

BALANCED SCORECARD				
Até o final do segundo semestre de 2025 introduzir um produto experimental no cliente afim de desenvolver um sistema que pode ser comercializado entre as PMEs				
	Perspectiva Financeira	Perspectiva de Processos Internos	Perspectiva de Aprendizado e Crescimento	Perspectiva de Clientes
Objetivo	Contruir um produto que atenda as necessidades das PMEs, através de parcerias e tecnologias gratuitas	-Através do conhecimento do processo de um fornecedor experimental inicia o estudo e viabilidade do produto	Estudo e acompanhamento do desenvolvimento do produto, com base nas necessidades do cliente final.	Melhorar a experiência do cliente, oferecendo soluções personalizadas, feedback contínuo e suporte eficiente.
Indicador	Estabelecer uma base sólida de clientes e explorar a viabilidade financeira para garantir a sustentabilidade do projeto.	-Cumprir o prazo de desenvolvimento do produto e concluir o projeto com excelência	- Treinamentos contínuos para a equipe de TI sobre novas tecnologias e integração do produto.	Taxa de retenção de clientes, avaliando a lealdade e a satisfação ao longo do tempo.
Metas	Engajar um número significativo de clientes para gerar lucro e garantir a continuidade financeira do projeto.	- Finalizar a programação e o desenvolvimento até o 1º semestre de 2025, com um cronograma detalhado e acompanhamento contínuo.	Treinar 100% da equipe de TI em no mínimo três programas de integração e metodologias inovadoras para apoiar o desenvolvimento.	Fidelizar 60% dos primeiros clientes e garantir a satisfação de pelo menos 85% no primeiro ano de operação.
Iniciativas	Iniciar estudo nas plantas dos clientes para entender melhor suas necessidades e identificar soluções adequadas.	- Planejamento detalhado, cronograma de execução e testes rigorosos para garantir a qualidade e a funcionalidade do produto.	Capacitação contínua da equipe, com foco em UX Design e outras tecnologias emergentes que agreguem valor ao produto.	Comunicação em tempo real com os clientes, com foco na obtenção de feedbacks imediatos para ajustes rápidos.

BALANCED SCORECARD				
Inserir o produto no Mercado como uma solução temporariamente gratuita, e após um período com baixo custo por assinatura obrigatória para o funcionamento e manutenção, assim dentro do mesmo ano angariar lucros com customizações.				
	Perspectiva Financeira	Perspectiva de Processos Internos	Perspectiva de Aprendizado e Crescimento	Perspectiva de Clientes
Objetivo	Comercializar uma Programa executavel gerando receita	Garantir a satisfação cliente teste para inserir o produto no mercado.	Desenvolver competencias e recursos para garantir um produto com excelência	-Garantir a experiência superior do cliente, com feedback contínuo e melhorias constantes no produto.
Indicador	Aquisição de novos clientes, com um foco específico em alcançar uma boa taxa de conversão e receitas de personalização.	Monitorar e garantir a inovação do programa, com foco na abrangência e eficiência dos processos interno	-Engajamento da equipe de TI no desenvolvimento e implementação contínuos do produto.	-Índice de Satisfação do Cliente e tempo de resolução de problemas.
Metas	Aumentar a taxa de conversão de novos clientes em mais de 100% no 1º ano, com foco em monetização de customizações.	-Reduzir significativamente os erros e falhas na plataforma, melhorando a performance do produto.	- Realizar treinamentos constantes, focados em novas tecnologias e práticas para otimizar o produto.	- Obter uma satisfação mínima de 85% no primeiro ano, e fidelizar 70% dos clientes até o final do 2º semestre de 2025
Iniciativas	Oferecer soluções adaptadas às necessidades dos clientes para formar uma rede conectada de serviços e gerar receitas adicionais.	- Implementar um processo de melhorias contínuas, otimizando a execução e resolução de problemas encontrados no uso do produto.	-Treinamento da equipe sobre UX Design e outras tecnologias emergentes que possam melhorar a experiência do cliente.	Implementar pesquisas de satisfação regulares e realizar acompanhamento pós-implementação, com treinamentos contínuos para a equipe.

12 POSICIONAMENTO DA EMPRESA E DIFERENCIAL COMPETITIVO

Nossa empresa é comprometida com um ambiente inclusivo e ético, onde a diversidade é valorizada e todos são tratados com respeito e dignidade. Temos tolerância zero a qualquer tipo de discriminação ou desacato, promovendo um ambiente de crescimento e colaboração harmônica e o trabalho em equipe, com o foco em resultados positivos para todos. Temos a convicção de que um ambiente inclusivo e respeitoso fortalece nossas relações, aprimora a inovação e impulsiona o sucesso coletivo, criando uma cultura onde todos têm oportunidades iguais para crescer e contribuir de forma significativa.

12.1 Simplicidade e Usabilidade

Nossa plataforma é intuitiva e fácil de usar, permitindo que qualquer colaborador ou parceiro, independentemente do nível técnico, possa operar e acompanhar processos com eficiência. Permite controlar o seu estoque em trânsito e no prestador de serviço.

12.2 Transparência Operacional

Oferecemos controle total sobre o fluxo de peças e prazos entre empresas, facilitando a tomada de decisões baseada em dados em tempo real.

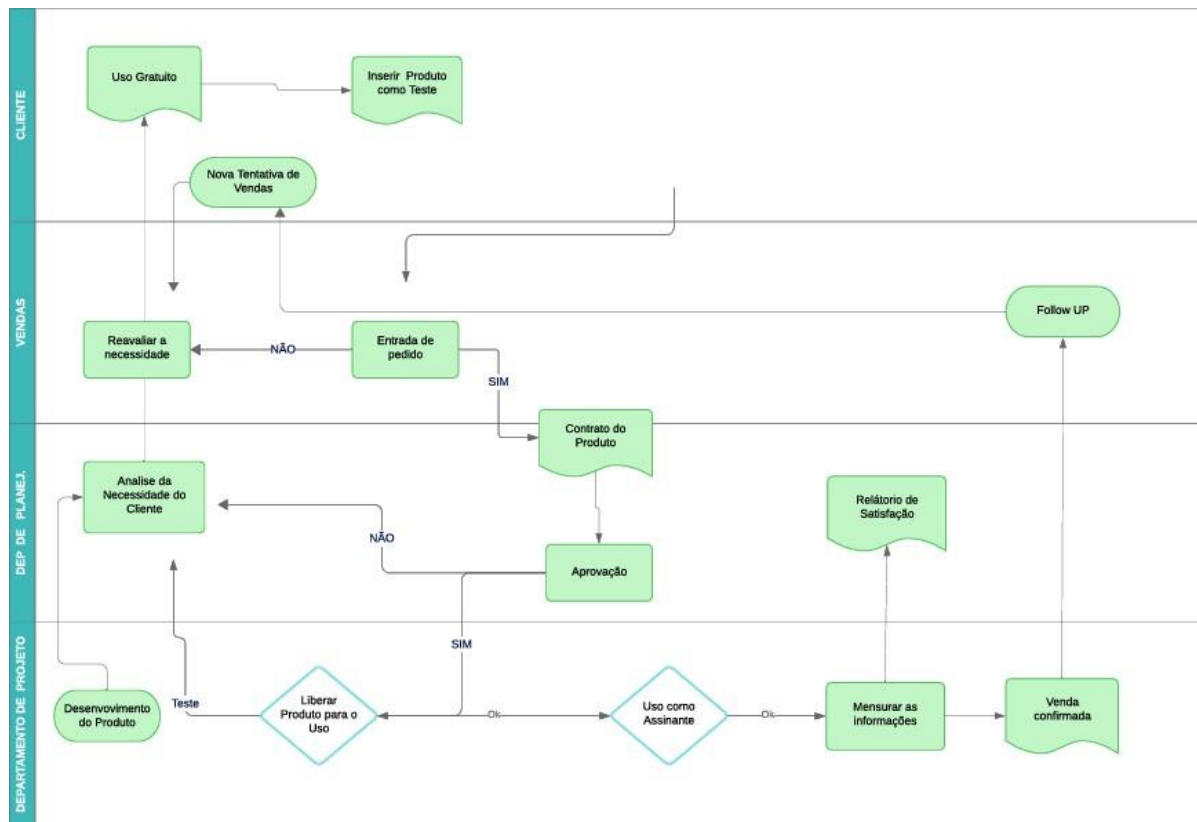
12.3 Segurança e Inovação Tecnológica

Nossos processos são desenvolvidos com foco em segurança e inovação contínua, garantindo proteção de dados e atualizações frequentes para manter nossa plataforma competitiva.

12.4 Flexibilidade e Adaptação

A G.E.I FLOW se adapta às necessidades específicas de cada cliente e parceiro, oferecendo soluções personalizadas e integrando novos fluxos de trabalho conforme o mercado evolui.

13 PROCESSO ORGANIZACIONAL



14 DEFINIÇÃO DOS CONJUNTOS

14.1 Fornecedores parceiros

Pequenas e médias empresas sem ERP, atuam como fornecedores ou prestadores de serviços.

14.2 Clientes contratantes

Empresas maiores que exigem relatórios precisos e controle sobre peças/processos.

14.3 Funcionalidades da plataforma G.E.I FLOW

Controle de envio e devolução de peças, acompanhamento de prazos e comunicação simplificada e centralizada.

14.4 Interseção: Clientes e fornecedores que interagem entre si.

Descrição: Este conjunto mostra a comunicação que ocorre entre as empresas maiores (clientes) e seus fornecedores menores, exemplo a empresa A envia peças para a empresa B e, com o uso da plataforma, ambas monitoram o status em tempo real.

14.5 União: Ecossistema completo da empresa.

Este conjunto define o ambiente total onde a G.E.I FLOW opera, incluindo todas as funcionalidades da plataforma, clientes e fornecedores.

Significado: Toda a plataforma e seus serviços são direcionados para suportar e otimizar a comunicação entre esses atores. Exemplo: Fornecedores usam a plataforma para registrar prazos, clientes acompanham a devolução de peças, e a G.E.I FLOW facilita esse processo.

14.6 Empresas que têm ERPs próprios e não precisam da G.E.I FLOW.

Aqui identificamos os clientes que não necessitam da plataforma, pois já possuem sistemas robustos de comunicação e gestão. Impacto, Estes clientes estão fora do escopo principal da G.E.I FLOW, que foca em empresas sem sistemas próprios.

14.7 Complemento: Mercados potenciais não explorados.

Este conjunto representa fornecedores ou clientes que ainda não foram integrados ao sistema, mas que poderiam se beneficiar da G.E.I FLOW. Estratégia: Expandir para novos segmentos que ainda não utilizam a plataforma, captando fornecedores informais ou novos setores.

15 LOCALIZAÇÃO

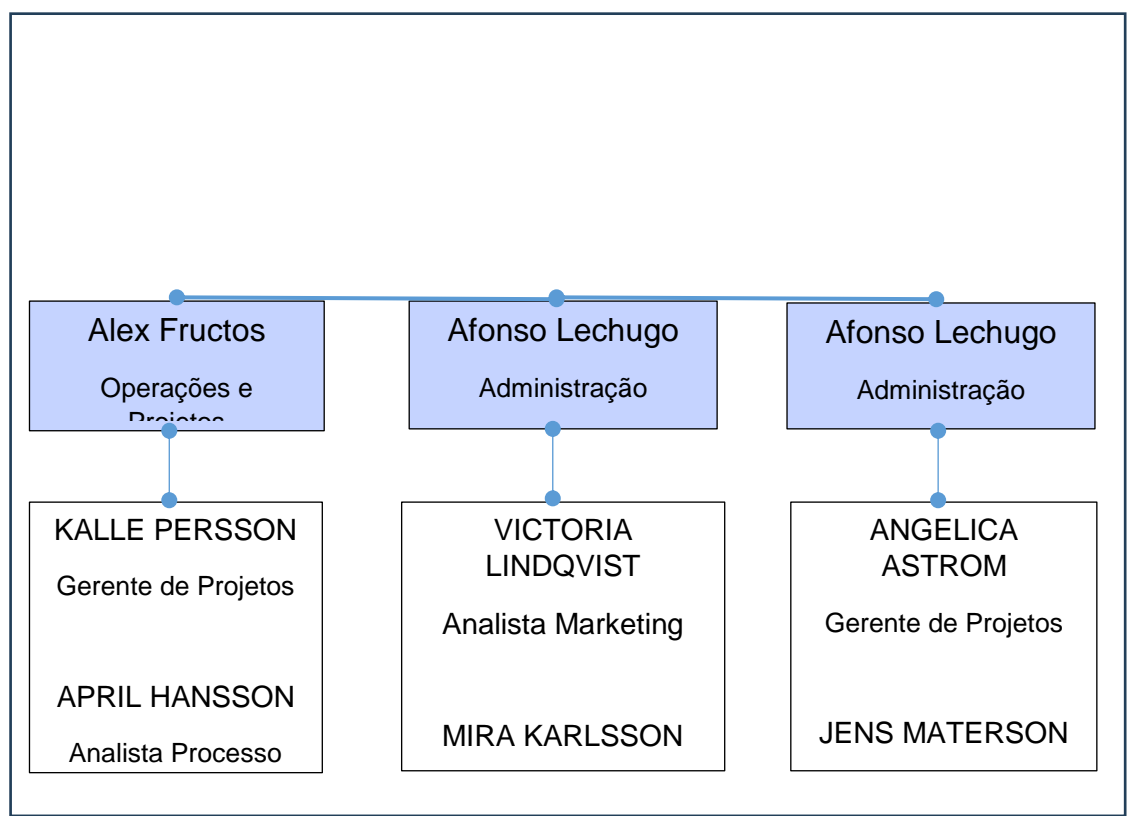
A G.E.I FLOW adota o modelo home office como base de suas operações. Esse formato reflete nossa visão moderna e alinhada às tendências globais de

flexibilidade no trabalho. Embora nossas atividades sejam realizadas remotamente, priorizamos a integração e a comunicação entre os colaboradores, garantindo um ambiente de trabalho eficiente e conectado.

O modelo home office nos permite atender clientes de qualquer região com agilidade e praticidade, reduzindo custos operacionais e aumentando nossa capacidade de adaptação às demandas do mercado. Além disso, essa escolha reflete nosso compromisso com a sustentabilidade, ao minimizar deslocamentos e contribuir para a redução de emissões de carbono.

Nossa central de operações está localizada virtualmente, mas seguimos registrando a empresa no município de Sorocaba, garantindo acesso a uma localização estratégica para futuras interações presenciais ou parcerias com empresas da região.

16 ORGANOGRAMA



17 PLANO DE MARKETING

Priorizamos a segurança dos dados de cada parceiro e tratamos todas as informações como estritamente confidenciais, assegurando a integridade e sigilo de cada transação. A G.E.I FLOW está em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), garantindo que toda a coleta, armazenamento e tratamento de dados sejam realizados de forma ética, transparente e em respeito aos direitos dos titulares.

Com ferramentas estratégicas de planejamento e execução de ações podemos detalhamos as tarefas e projetos, assegurando todos os aspectos essenciais considerados com base nos estudos

18 CÓDIGO DE ÉTICA

Introdução: A G.E.I FLOW tem o compromisso de agir com integridade, transparência e responsabilidade em todas as nossas atividades. Este Código de Ética orienta nossos colaboradores sobre as expectativas de conduta, assegurando a proteção de dados e a participação ativa de todos nos projetos.

Valores Fundamentais

Confidencialidade: Respeitamos e protegemos as informações pessoais e empresariais de nossos clientes e parceiros, garantindo total confidencialidade em todas as interações.

Colaboração: Valorizamos a contribuição de cada funcionário e promovemos um ambiente onde todos têm voz em cada projeto.

Integridade: Agimos com honestidade e ética em todas as nossas relações.

Cultura de Inclusão e Respeito: Essa filosofia está alinhada com valores que promovem a diversidade, igualdade de oportunidades, e bem-estar no ambiente de trabalho, garantindo que todas as pessoas sejam tratadas com respeito, independentemente de raça, gênero, orientação sexual, idade, religião, ou outras características. Empresas que seguem essa abordagem frequentemente adotam políticas de tolerância zero para comportamentos inadequados, como discriminação, assédio ou preconceito.

18.1 Normas de Conduta

Proteção de Dados: Os colaboradores devem tratar todos os dados de usuários

e empresas com o máximo desigilo, respeitando as políticas de proteção de dados e regulamentações aplicáveis. Qualquer violação da confidencialidade será tratada com seriedade e poderá resultar em ações disciplinares.

Participação em projetos: Todos os colaboradores são encorajados a participar ativamente dos projetos, compartilhando ideias e experiências.

A comunicação aberta e o trabalho em equipe são essenciais para o sucesso da G.E.IFLOW.

Conflitos de Interesse: Os colaboradores devem evitar situações que possam gerar conflitos de interesse, informando à liderança sobre qualquer potencial conflito.

18.2 Compliance e Regulamentações

A G.E.I FLOW se compromete a cumprir todas as leis e regulamentos relacionados à proteção de dados e à privacidade, garantindo que nossas práticas estejam sempre em conformidade.

18.3 Mecanismos de Denúncia

Criamos canais seguros para que colaboradores possam relatar qualquer conduta antiética ou violação da confidencialidade. Todas as denúncias serão tratadas com total confidencialidade e proteção contra retaliação.

18.4 Treinamento e Comunicação

A G.E.I FLOW oferece treinamentos regulares sobre proteção de dados e ética no trabalho, assegurando que todos os colaboradores estejam atualizados e cientes de suas responsabilidades.

18.5 Revisão e Atualização

Este Código de Ética será revisado anualmente para garantir sua relevância e eficácia. Colaboradores são incentivados a fornecer feedback sobre o código e sua

aplicação.

18.6 Compromisso da Liderança

A liderança da G.E.I FLOW se compromete a exemplificar os princípios estabelecidos neste Código de Ética, promovendo uma cultura de responsabilidade e respeito.

19 LAYOUT

Incentivo ao Bem-estar: Com o home office, a G.E.I FLOW pode promover um ambiente de trabalho que respeita o bem-estar dos colaboradores. Estimule pausas durante o expediente, incentivando a prática de atividades físicas, e promova campanhas de saúde mental, como sessões de mindfulness ou orientações sobre ergonomia. Integração Virtual: Crie eventos online regulares para fortalecer as relações, como cafés virtuais ou jogos online. Eles ajudam a diminuir a sensação de isolamento e aumentam o senso de pertencimento, o que é crucial para a cultura home office.

20 PILARES DA CULTURA

- Transparência
- Compartilhamento
- Integração

20.1 OBEJTIVOS DA CULTURA

Proporcionar um ambiente confiável baseado nas relações. *Estimular* a integração entre todos os funcionários da empresa. *Promover* um ambiente de trabalho que estimule o compartilhamento das informações com foco no resultado

20.2 ESTRATÉGIA

Ambiente de Confiança Baseado nas Relações Reuniões regulares e transparentes: Organizar reuniões onde todos possam compartilhar atualizações sobre seus projetos e desafios. Isso promove confiança e permite que todos acompanhem os avanços. Feedback construtivo: Criar uma cultura onde o feedback é recebido e dado de forma construtiva, focando em desenvolvimento e aprendizado. Liderança acessível: Manter a liderança sempre acessível, incentivando um estilo de gestão que apoie e escute os colaboradores

Integração Entre Todos os Funcionários Atividades de integração: Realizar eventos, mesmo que virtuais, onde os funcionários possam se conhecer melhor fora do ambiente de trabalho. Atividades como sessões de café virtual ou dinâmicas em grupo podem ajudar. Parcerias em projetos: Incentivar que pessoas de diferentes áreas trabalhem juntas em projetos, aumentando a compreensão entre setores e o espírito de equipe. Onboarding interativo: Quando novos funcionários entram, organize um processo de integração que envolva todos os setores, para que eles conheçam e entendam melhor cada função na empresa

Ambiente de Trabalho com Foco em Resultados e Compartilhamento de Informações Painel de resultados: Estabeleça um painel onde os objetivos e os resultados de projetos importantes são compartilhados com todos. Esse painel pode ser uma ferramenta virtual para que todos tenham acesso às informações. Plataforma colaborativa: Usar ferramentas como o Trello ou Slack para facilitar o compartilhamento de informações. Assim, qualquer pessoa pode acessar informações importantes a qualquer momento. Reconhecimento de metas atingidas: Criar um sistema de reconhecimento para aqueles que alcançam resultados notáveis e que contribuem para o crescimento da equipe como um todo. Isso ajuda a manter o foco nos resultados e no impacto coletivo

21 INSIGHTS

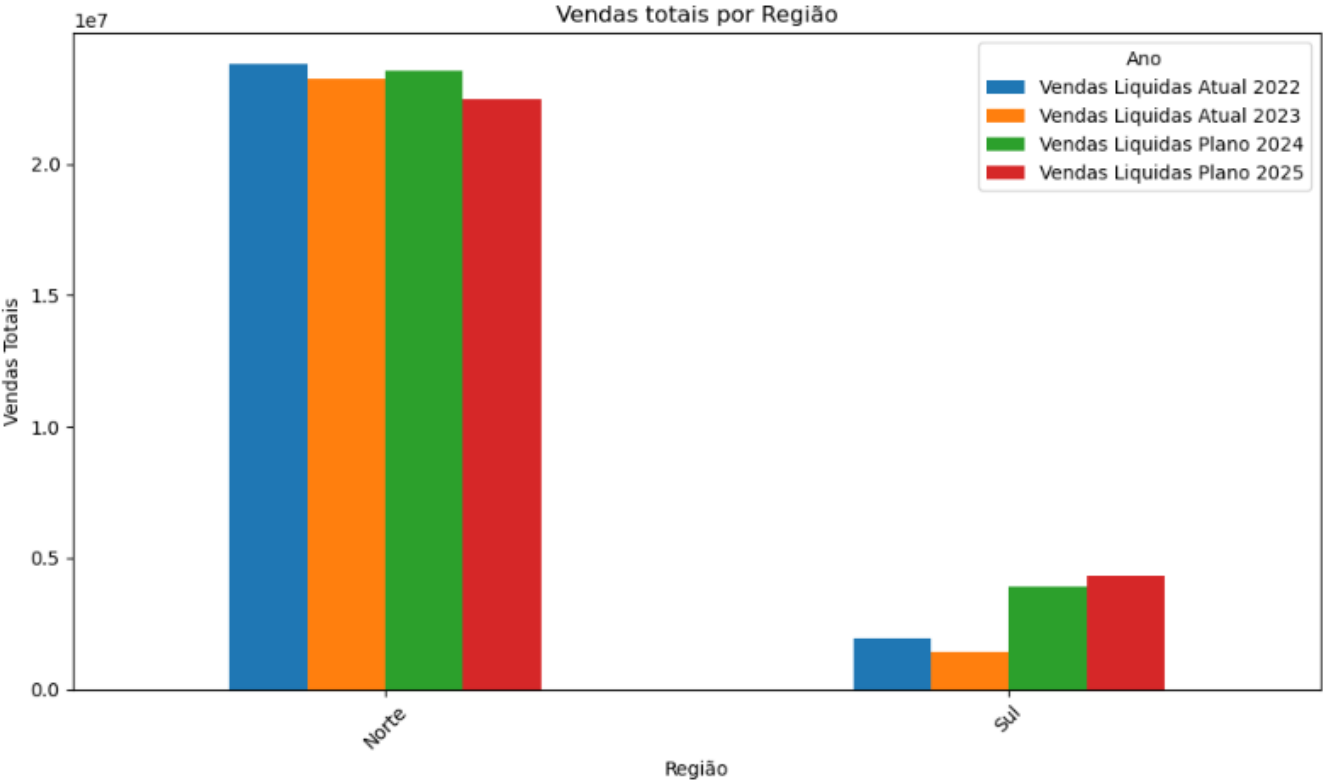
21.1 Através dos dados abaixo pode-se inferir as seguintes proposições

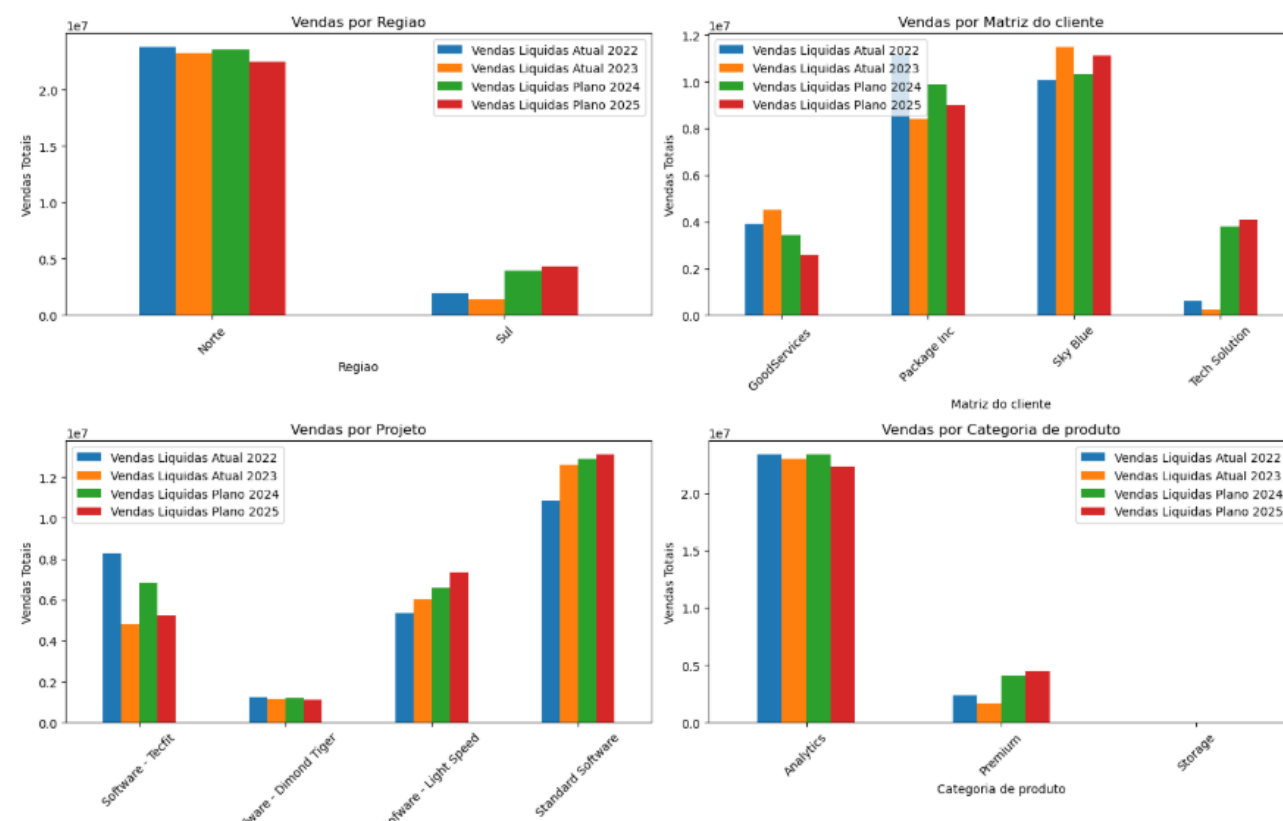
A região norte possuir a maioria das vendas em comparação ao Sul. No entanto, a região sul é a que indica maior crescimento ano a ano;

A matriz de cliente Tech Solution é o grupo comercial com maior crescimento nos últimos anos;

O projeto "Software - Light Speed" e o "Standard Software" são os projetos com maior receita e crescimento de vendas. Já o Tecfit demonstra uma variabilidade ano a ano. Por fim, o Dimond Tiger demonstra uma baixa participação nas vendas em comparação aos outros projetos;

A categoria Analytics possui maioria das vendas, enquanto que a Storage reflete baixíssimas vendas no período. A categoria Premium, por outro lado, indica um crescimento de vendas.

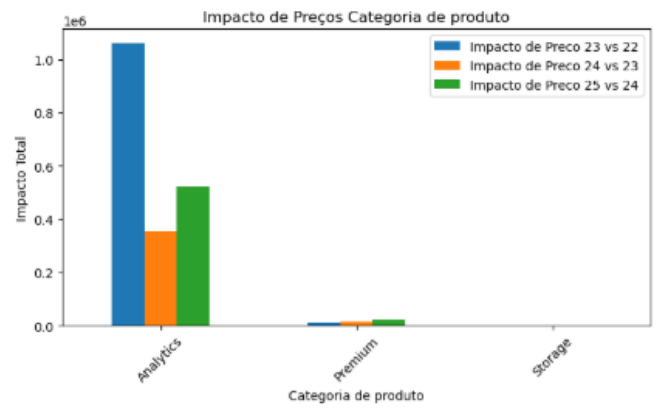
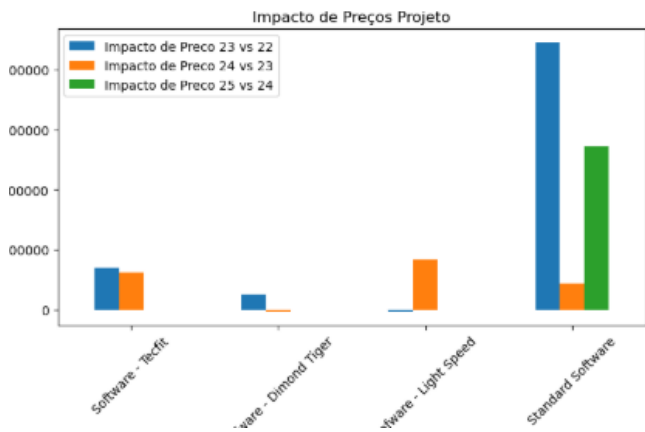
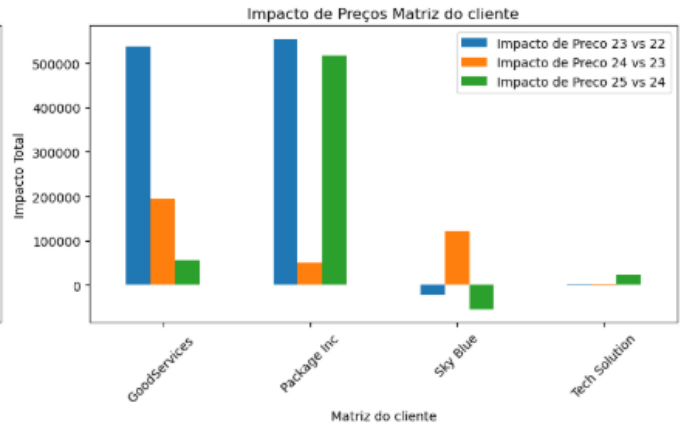
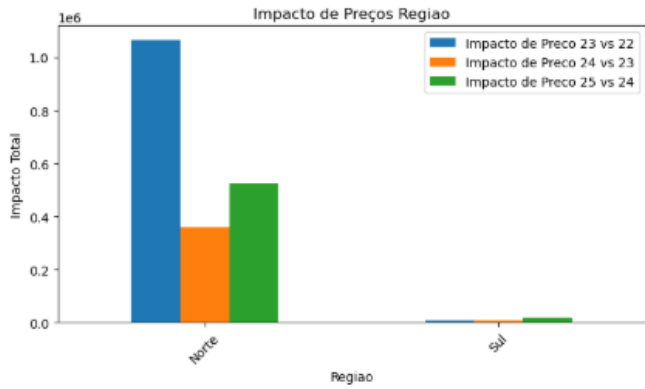




21.2 Através dos dados abaixo pode-se inferir as seguintes proposições:

Considerando os impactos de preços evidenciados acima, é possível notar à primeira vista que há pouca relação entre os preços e as vendas totais do período.

A estratégia da empresa de preços para 2024 e 2025 é de um aumento menor quando comparado ao ano de 2022. Essa redução no aumento de preços pode estar relacionada ao efeito pós covid que ocorreu em 2022 e à retração dos aumentos de custos nos anos de 2023 e 2024.



REFERÊNCIAS

[https://informa.seade.gov.br/avancam-investimentos-anunciados-no-setor-de-serviços/](https://informa.seade.gov.br/avancam-investimentos-anunciados-no-setor-de-servicos/)

[https://informa.seade.gov.br/avancam-investimentos-anunciados-no-setor-de-serviços/](https://informa.seade.gov.br/avancam-investimentos-anunciados-no-setor-de-servicos/)

<https://municipios.seade.gov.br/economia/>

<https://fazenda.sorocaba.sp.gov.br/empresas/relacao-empresas/>

<https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/sp-sorocaba>

<https://economia.seade.gov.br/wp-content/uploads/sites/15/2023/06/SpEconomia-junho-2023-evolucao-setor-maquinas-equipamentos-estado-sao-paulo.pdf>

Seade Indústria – Dados sobre o valor de transformação industrial para os municípios e regiões do Estado de São Paulo entre 2003 e 2021.