**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS**

**FATEC PROFESSOR Jessen Vidal**

Mikaele Feitosa de Melo

Gabriela Alves

Ana Beatriz Torraque

Lucas Silva

Karoline

**SPRINT 1**

São José dos Campos

2024

**Relatório Primeira Sprint**

Relatório apresentado para os Orientadores da Faculdade de Tecnologia de São José dos campos, com base na primeira sprint do projeto integrador.

**Orientador: Carlos Bastos**

**Coorientador : Rubens Barreto**

São José dos Campos

2024

**REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

Feitosa, Mikaele; Torraque, Ana; Alves, Gabriela; Silva, Lucas; Karoline .

**SPRINT1.** 2024. . Projeto integrador - FATEC de São José dos Campos: Professor Jessen Vidal.

**CESSÃO DE DIREITOS**

NOME(S) DO(S) AUTOR(ES): Mikaele Feitosa,Gabriela Alves,Ana Torraque, Lucas Silva e Karolinearoline

TÍTULO DO TRABALHO: Sprint 1

TIPO DO TRABALHO/ANO: Projeto integrador,2024/2

É concedida à FATEC de São José dos Campos: Professor Jessen Vidal permissão para reproduzir cópias deste Trabalho e para emprestar ou vender cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte deste Trabalho pode ser reproduzida sem a autorização do autor.

**PROJETO INTEGRADOR**

Trabalho de Aprendizagem por Projeto integrador apresentado à Faculdade de Tecnologia de São José dos Campos, Gestão da Produção Industrial.

**RESUMO**

O planejamento estratégico é fundamental para a SALESTECH, empresa dedicada à comercialização de dispositivos móveis. Este estudo destaca a importância desse planejamento, que envolve a definição de metas e a análise do ambiente interno e externo, permitindo a identificação de oportunidades e ameaças no mercado de smartphones. O crescimento desse setor, impulsionado pela inovação tecnológica, demanda uma compreensão profunda das tendências atuais, como dispositivos 5G e inteligência artificial.

Compreender o comportamento do consumidor é crucial para desenvolver estratégias de vendas eficazes. A pesquisa de mercado ajudará a identificar preferências do público-alvo, possibilitando ajustes na oferta da SALESTECH. A diferenciação competitiva, com foco em produtos de alta qualidade e atendimento excepcional, é vital para o sucesso em um mercado saturado.

Assim, este estudo conclui que um planejamento estratégico sólido é essencial para o posicionamento da SALESTECH em um setor em constante evolução.

Palavras-chave: planejamento estratégico; mercado de smartphones; comportamento do consumidor.

.

**ABSTRACT**

Strategic planning is essential for SALESTECH, a company dedicated to the commercialization of mobile devices. This study highlights the importance of such planning, which involves setting goals and analyzing the internal and external environment, allowing for the identification of opportunities and threats in the smartphone market. The growth of this sector, driven by technological innovation, requires a deep understanding of current trends, such as 5G devices and artificial intelligence.

Understanding consumer behavior is crucial for developing effective sales strategies. Market research will help identify the preferences of the target audience, enabling adjustments to SALESTECH's offerings. Competitive differentiation, focusing on high-quality products and exceptional service, is vital for success in a saturated market.

Thus, this study concludes that a solid strategic planning framework is essential for SALESTECH's positioning in a constantly evolving sector.

Keywords: strategic planning; smartphone market; consumer behavior.

**SUMÁRIO**

[1. INTRODUÇÃO 15](#_Toc531029235)

[1.1. Objetivo do Trabalho (opcional, se não mencionado na introdução) 15](#_Toc531029236)

[1.2. Conteúdo do Trabalho (opcional) 15](#_Toc531029237)

[2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 17](#_Toc531029238)

[2.1. Título 2.1 17](#_Toc531029239)

[2.2. Título 2.2 17](#_Toc531029240)

[3. DESENVOLVIMENTO 18](#_Toc531029241)

[3.1. Título 3.1 18](#_Toc531029242)

[3.2. Título 3.2 18](#_Toc531029243)

[4. RESULTADOS 19](#_Toc531029244)

[4.1. Título 4.1 19](#_Toc531029245)

[4.2. Título 4.2 19](#_Toc531029246)

[5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 20](#_Toc531029247)

[REFERÊNCIAS 21](#_Toc531029248)

[APÊNDICE A/ANEXO A – EXEMPLO DE APÊNDICE/ANEXO 23](#_Toc531029249)

[Como deve ser a formatação das Figuras, Tabelas e Equações no trabalho 24](#_Toc531029250)

[Como deve ser mencionada as Siglas no trabalho 26](#_Toc531029251)

[Como deve ser feitas as citações no trabalho 26](#_Toc531029252)

[Como utilizar as referências bibliográficas no texto do trabalho 27](#_Toc531029253)

# INTRODUÇÃO

Este estudo insere-se na área de Gestão de Produção Industrial e tem como objetivo a criação de uma empresa dedicada à comercialização de dispositivos móveis, com ênfase na importância de um planejamento estratégico voltado para o setor de vendas.

Denominada SALESTECH, a empresa busca oferecer tecnologia de ponta a um custo-benefício atrativo, assegurando a satisfação dos clientes e promovendo uma experiência positiva para ambas as partes. A escolha deste tema é justificada pela significativa expansão do mercado de smartphones nos últimos anos, caracterizada por um aumento na demanda e por constantes inovações, tornando-o um tópico atual e relevante.

Os smartphones tornaram-se ferramentas imprescindíveis no cotidiano das pessoas, influenciando diversos aspectos, como comunicação, trabalho, educação e entretenimento. Compreender essa integração é essencial para uma análise aprofundada do comportamento do consumidor. A ampla variedade de modelos e marcas disponíveis no mercado representa, simultaneamente, um desafio e uma oportunidade para investigar como diferentes ofertas podem atender às necessidades e expectativas dos clientes.

Nesse contexto, o presente estudo abordará os principais aspectos do planejamento estratégico da SALESTECH, analisando o mercado atual, as tendências emergentes e as práticas que podem diferenciar a empresa em um setor altamente competitivo.

## 1.1. Objetivo do Trabalho

O objetivo geral deste trabalho é contribuir no âmbito acadêmico, provando a importância da integração entre a teoria e a prática.

Para a consecução deste objetivo foi estabelecido o objetivo específico:

* Demonstrar mostrar como um planejamento bem estruturado pode orientar as decisões de negócios, identificar oportunidades no mercado e mitigar riscos.

# 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão revistos textos que subsidiem os conhecimentos necessários ao entendimento do trabalho apresentado. Será realizada pesquisa na literatura específica envolvendo manuais técnicos, catálogos de fabricantes, base de patentes, livros texto, revistas técnicas, etc...

O título do capítulo 2 deve ser FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, porém os subtítulos fica a critério do(s) autor(es).

Em relação a formatação, deve seguir o padrão das instruções apresentadas ao final deste documento.

## 2.1. Título 2.1

Texto.....

## 2.2. Título 2.2

Texto.....

# DESENVOLVIMENTO

O planejamento estratégico é um elemento fundamental para a estruturação e o sucesso da SALESTECH. Este processo envolve a definição de metas de longo prazo e a análise do ambiente interno e externo, identificando oportunidades e ameaças no mercado de smartphones. A elaboração de um plano bem estruturado permitirá à empresa adaptar-se às mudanças do setor e capitalizar novas tendências, garantindo uma trajetória de crescimento sustentável.

O mercado de smartphones apresenta um crescimento expressivo, impulsionado pela inovação tecnológica e pela crescente demanda dos consumidores. Para compreender essa dinâmica, é essencial realizar uma análise detalhada, considerando as principais tendências, como a adoção de dispositivos 5G, avanços em inteligência artificial e a crescente demanda por câmeras de alta qualidade. Além disso, a avaliação das estratégias dos principais concorrentes pode fornecer insights valiosos para o posicionamento da SALESTECH.

A compreensão do comportamento do consumidor é crucial para a definição de estratégias de vendas e marketing eficazes. Fatores como percepção de qualidade, preço, design e suporte ao cliente influenciam diretamente a decisão de compra. A realização de pesquisas de mercado, por meio de questionários e grupos focais, possibilitará à SALESTECH identificar as preferências e necessidades do público-alvo, ajustando sua oferta de acordo.

A diferenciação é um fator essencial para o sucesso da SALESTECH em um mercado saturado. A empresa deve concentrar seus esforços na oferta de produtos com tecnologia de ponta a um custo-benefício atrativo, além de um atendimento ao cliente excepcional. A implementação de estratégias como personalização de produtos, programas de fidelização e garantias estendidas contribuirá para a formação de uma base de clientes leal e satisfeita.

A proposta de valor da SALESTECH deve destacar a qualidade e inovação dos produtos, bem como a experiência do cliente em sua totalidade. Isso implica garantir que todos os pontos de contato com a marca — desde a pesquisa até o pós-venda — sejam positivos e memoráveis. A comunicação clara e eficaz dessa proposta é fundamental para atrair e reter clientes em um mercado competitivo.

# 5.Conclusão

A conclusão deste estudo reafirma a importância de um planejamento estratégico eficaz para o sucesso da SALESTECH no competitivo mercado de smartphones. A análise detalhada do ambiente de negócios, das tendências do setor e do comportamento do consumidor fornece uma base sólida para a formulação de estratégias que atendam às necessidades do público-alvo.

Além disso, a diferenciação competitiva, por meio da oferta de produtos de alta qualidade e tecnologia a um custo-benefício atraente, é crucial para destacar a SALESTECH em um mercado saturado. A proposta de valor clara e a comunicação eficaz são essenciais para atrair e fidelizar clientes, garantindo uma experiência positiva em todas as interações com a marca.

Por fim, o sucesso da SALESTECH dependerá da capacidade de se adaptar às mudanças do mercado e de inovar continuamente, mantendo-se alinhada às expectativas dos consumidores. A implementação das estratégias delineadas neste trabalho poderá posicionar a empresa de forma competitiva e sustentável em um setor em constante evolução.

# REFERÊNCIAS

MOTOROLA. **Motorola Moto G24**. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/Motorola/fichas-tecnicas/n9128/Motorola-Moto-G24.html>. Acesso em: 24 out. 2024.

APPLE. **Apple iPhone 15 Pro Max**. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/Apple/fichas-tecnicas/n8890/Apple-iPhone-15-Pro-Max.html>. Acesso em: 24 out. 2024.

MORDOR INTELLIGENCE. **Smartphones Market**. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/smartphones-market>. Acesso em: 24 out. 2024.

UOL. **IBGE revela que Brasil tem 163,8 milhões de pessoas com aparelho de telefone celular**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2024/08/16/ibge-revela-que-brasil-tem-1638-milhoes-de-pessoas-com-aparelho-de-telefone-celular.htm>. Acesso em: 24 out. 2024.

SAMSUNG. **Samsung Galaxy Z Fold 5**. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/Samsung/fichas-tecnicas/n8632/Samsung-Galaxy-Z-Fold-5.html>. Acesso em: 24 out. 2024.

POCO. **Poco C65**. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/Poco/fichas-tecnicas/n8989/Poco-C65.html>. Acesso em: 24 out. 2024.

# APÊNDICE A/ANEXO A – EXEMPLO DE APÊNDICE/ANEXO

**A.1 Exemplo de Subseção do Apêndice A**

Apêndice e anexos são opcionais no documento. O documento pode conter quantos apêndices ou anexos forem necessários. Lembrando que **Apêndice** é um documento ou texto elaborado pelo autor a fim de complementar sua argumentação e **Anexo** é um documento ou texto **não** elaborado pelo autor que servem de fundamentação ou comprovação (por exemplo: relatórios, mapas, leis, estatutos dentre outros). Os apêndices devem aparecer após as referências, e os anexos, após os apêndices, e ambos devem constar no sumário.

Caso tenha mais do que um apêndice e ou um anexo, deve-se utilizar a nomenclatura: Apêndice A, Apêndice B, Apêndice C etc.

***INSTRUÇÕES GERAIS PARA FORMATAÇÃO DO TRABALHO DE GRADUAÇÃO***

## Como deve ser a formatação das Figuras, Tabelas e Equações no trabalho

É caracterizado como figura todo desenho, esquema, fluxograma, fotografia, gráfico, mapa, organograma, planta, quadro, retrato, figura, imagem, entre outros.

Para as figuras sua identificação aparece na parte superior, precedida da palavra Figura seguida de seu número de ordem de ocorrência no texto, em algarismos arábicos, ponto (em negrito) e da respectiva legenda. A identificação da figura e a legenda devem ser em texto centralizado, e em espaçamento simples, caso ocupe mais de uma linha do texto. A legenda da figura deve conter as informações necessárias à sua compreensão.

Na parte inferior da figura, deve ser indicado a fonte consultada de acordo com o modelo de referência adotado no trabalho (elemento obrigatório, mesmo que seja produção do próprio autor). A fonte deve ser alinhada à esquerda na figura em Times New Roma tamanho 10. A ilustração deve ser citada no texto como Figura (com a palavra iniciando em maiúsculo) seguida de seu número, o mais próximo possível do trecho a que se refere.

EXEMPLO:

Para atender os objetivos [...] e procedimentos técnicos utilizados na Figura 1. (Observe que a palavra figura inicia com letra maiúscula).

|  |
| --- |
| Figura 1 - Proposta metodológica. |

Fonte: Adaptada de Santos (2010).

Para as tabelas sua identificação aparece na parte superior, precedida da palavra Tabela seguida de seu número de ordem de ocorrência no texto, em algarismos arábicos, ponto (em negrito) e da respectiva legenda. A identificação da tabela e a legenda devem ser em texto centralizado, e em espaçamento simples, caso ocupe mais de uma linha do texto. A legenda da tabela deve conter as informações necessárias à sua compreensão.

Na parte inferior da tabela, deve ser indicado a fonte consultada de acordo com o modelo de referência adotado no (elemento obrigatório, mesmo que seja produção do próprio autor). A fonte deve ser alinhada à esquerda na tabela em Times New Roma tamanho 10. A tabela deve ser citada no texto como Tabela (com a palavra iniciando em maiúsculo) seguida de seu número, o mais próximo possível do trecho a que se refere.

EXEMPLO:

A Tabela 1 apresenta a população entre... (observe que a palavra tabela inicia com letra maiúscula).

Tabela 1 - População de 15 a 24 anos de idade.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ano** | **População de 15 a 24 anos de idade** | | | | |
| **Total Absoluto** | **Variação** | | **Participação em relação à população total** | **Taxa de crescimento (%)** |
| **Absoluta** | **Relativa (%)** |
| 1940 | 8246733 |  |  | 20,1 |  |
| 1950 | 10489368 | 2426352 | 27,2 | 20,3 | 2,4 |
| 1960 | 13413413 | 2924048 | 27,9 | 19,2 | 2,5 |
| 1970 | 18539088 | 5125672 | 38,2 | 19,9 | 3,3 |
| 1980 | 25089191 | 6550103 | 35,3 | 21,1 | 3,1 |
| 1991 | 28582350 | 3493159 | 13,9 | 19,5 | 1,2 |
| 1996 | 31088484 | 2506134 | 8,8 | 19,8 | 1,7 |

Fonte: Oliveira (2015)

No caso das equações, para facilitar a leitura, devem aparecer no texto como Equação seguida de seu número de ordem de ocorrência no texto, em algarismos arábicos. As variáveis da equação devem estar descritas em seguida.

EXEMPLO:

A Equação 1 representa a condição... (observe que a palavra equação inicia com letra maiúscula).

x2 + y2 = z2 (1)

Onde x, y e z são variáveis do processo.

## Como deve ser mencionada as Siglas no trabalho

Caso o(s) autor(es) do trabalho opte em não utilizar a lista de abreviaturas e siglas, quando mencionadas pela primeira vez no texto, deve ser indicada entre parêntesis, precedida do nome completo. EXEMPLO: Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) ... (observe que as palavras referentes à abreviação iniciam com a letra maiúscula).

## Como deve ser feitas as citações no trabalho

As citações no texto, figuras e tabelas devem seguir o sistema “autor-data”. Este sistema deve ser seguido consistentemente ao longo de todo o trabalho, permitindo sua correlação na lista de referências (item REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS).

**Sistema autor-data**

No texto, deve-se indicar o(s) Autor(es) pelo SOBRENOME sem as iniciais, em maiúsculas, seguido do ano da publicação, separados por vírgula e entre parênteses. Casos especiais de citação devem seguir o modelo (ver item Como utilizar as referências bibliográficas no texto do trabalho). No texto das referências, o sistema data-autor, devem aparecer em ordem alfabética.

EXEMPLOS:

**(a)** Robôs flexíveis apresentam graus de liberdade adicionais (SOUZA, 2013).

**(b)** Citações de mais de um documento de autores diferentes devem ser separados por “;”. Exemplo: (SILVA, 2003; COSTA, 2000; OLIVEIRA, 2014).

**(c)** Quando houver coincidência de sobrenomes de autores, acrescentar as iniciais de seus prenomes: (BARBOSA, C., 1958) e (BARBOSA, O., 1958). Se mesmo assim existir coincidência, colocam-se os prenomes por extenso: (BARBOSA, Cássio, 1965) e (BARBOSA, Celso, 1965).

**(d)** As citações de diversos documentos do mesmo autor, publicados num mesmo ano, são distinguidas pelo acréscimo de letras minúsculas, em ordem alfabética, após a data e sem espacejamento. Acrescentar as letras após a data, tanto a citação, quanto na referência. Exemplo: a pesquisa apresentou um resultado (SILVA, 2010a) e também outro resultado (SILVA, 2010b).

## Como utilizar as referências bibliográficas no texto do trabalho

No texto há várias maneiras de referenciar a literatura utilizada para o desenvolvimento do trabalho. Há várias maneiras de se fazer uma citação como, citação indireta, citação indireta, citação de citação e entre outras.

**(a) Citação indireta:** No caso de citações indiretas onde o texto foi baseado na obra de um autor consultado. No texto, pode ser referenciado como:

exemplo:

Segundo Santos (2010), o apoio ao...

Santos (2010) acredita que...

O sistema deve ser dimensionado (SANTOS, 2010).

**(b) Citação direta:** No caso de citações diretas, onde ocorreu a transcrição textual de parte da obra de um autor consultado, deve-se colocar a citação entre aspas e indicar a página onde se encontra a citação na referência.

exemplo:

Santos (2010, p. 23) afirma que “seu método será aplicado nos trabalhos em série”.

“O trabalho pode ser entendido como um ponto chave” (SANTOS, 2010).

**(c) Citação com 4 ou mais autores:** Em uma citação com 4 ou mais autores coloca-se o nome do primeiro autor seguido de et al..

exemplo:

Segundo Miguel et al. (2010), a diferença [...] e qualitativa é que...

A diferença [...] e qualitativa é que [...] final (MIGUEL et al., 2010).

**(d) Citação de citação:** É uma citação, direta ou indireta, de um texto em que não se teve acesso ao original.

exemplo:

Segundo Pires (2008 apud SANTOS, 2010), o apoio ao...

Segundo Pires (2008) citado por Santos (2010), o apoio ao... (opção ao apud)

O sistema de testes do perfil é subliminar (PIRES, 2009 apud SANTOS, 2010).

**(e) Citação longa:** Citações com mais de 3 linhas devem receber uma formatação especial, onde o tamanho da letra será 10, com espaçamento simples e início do parágrafo com 4 cm.

exemplo: Para sistema data-autor

Esta relevância também foi constatada por Hansen e Mowen (2001, p. 31) na afirmação de que:

“A grande melhoria no transporte e na comunicação levaram a um mercado global para muitas empresas de manufatura e de serviços. Várias décadas atrás, as empresas não sabiam sobre, e nem se importavam com, o que empresas similares do Japão, França, Alemanha e Cingapura estavam fazendo. Estas empresas estrangeiras não eram concorrentes, já que os mercados eram separados por uma distância geográfica.”