

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
SÃO PAULO**

ROSIANE MUNIZ DA ROCHA

**Prof. Me. Igor de Moraes | CJO
Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

**Plano Empresarial Completo
Empresa fictícia - Casa Semente**

**CAMPOS DO JORDÃO
2025**

SUMÁRIO

VISÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	3
Introdução á empresa.....	3
Visão Organizacional (Resource-Based View - RBV).....	3
VISÃO SISTÊMICA MODELO DE GESTÃO.....	4
Problemas e Consequências.....	4
Sugestão de Modelo de Gestão.....	4
Resolvendo o problema Contexto Inicial de TI e Gestão.....	4
ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR DA EMPRESA.....	5
Atividades Primárias.....	5
Atividades de Apoio.....	5
ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL.....	5
Relacionamento com cliente.....	5
Liderança.....	5
Comunicação interna.....	6
Ritos e costumes.....	6
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTÃO.....	6
Desafio A - Dificuldade em atrair novos consumidores, e em fidelizar os clientes recorrentes.....	6
Desafio B - Falta de clareza sobre modelos de monetização e crescimento.....	6
Integração CRM + SCM: Benefícios.....	7
MATRIZ SWOT.....	8
BALANCED SCORECARD.....	9
PLANO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO.....	10
Identificação do Conhecimento Tácito.....	10
Identificação do Conhecimento Explícito.....	10
Propostas do Plano de Gestão do Conhecimento.....	10
PROCEDIMENTOS.....	10
RESULTADOS.....	10

VISÃO DA ORGANIZAÇÃO

Introdução à empresa

A empresa analisada se chama **Casa Semente**, e é uma pequena empresa formada por cinco mulheres empreendedoras amadoras, atuantes previamente no ramo de terapias e bem estar físico e emocional. Tem como objetivo construir uma rede de acolhimento e desenvolvimento emocional de jovens e adultos, através de serviços como psicoterapia, yoga, nutrição, massagem e arteterapia.

O público-alvo da Casa Semente é composto principalmente por jovens e adultos que buscam melhorar a saúde, em especial a saúde emocional.

A empresa tem certa vantagem competitiva no mercado por não possuir concorrentes diretos na região, atuando em um nicho em expansão, especialmente no contexto pós-pandemia, onde a busca por saúde emocional e qualidade de vida tornou-se prioridade e necessidade para muitas pessoas.

O diferencial competitivo da Casa Semente está no alto nível técnico e humano das fundadoras (que são também as profissionais atuantes/prestadoras de serviço), que possuem formação e experiência consolidada em suas respectivas áreas.

Atualmente, a empresa está em sua fase inicial de operação, enfrentando desafios típicos de pequenas empresas:

Principais Desafios:

- Recursos financeiros limitados e ausência de investidores externos;
- Dificuldade em alcançar e fidelizar o público consumidor inicial;
- Falta de clareza sobre o modelo de monetização e expansão sustentável;
- Sobrecarga da equipe devido à falta de processos e divisão clara de tarefas;
- Ausência de ferramentas tecnológicas integradas para gestão de clientes, agenda, marketing e finanças.

Apesar desses desafios, a empresa apresenta condições favoráveis para crescimento:

Qualidades Internas:

- Equipe técnica altamente capacitada;
- Espaço físico próprio e adequado para as atividades;
- Conhecimento básico em gestão empresarial por parte de algumas fundadoras;
- Propósito bem definido e alinhado ao bem-estar coletivo e à sustentabilidade.

Visão Organizacional (Resource-Based View - RBV)

A estratégia da Casa Semente será orientada pela Visão Baseada em Recursos (RBV), que entende que a vantagem competitiva de uma organização depende principalmente de seus recursos internos humanos, organizacionais e relacionais e não apenas de fatores externos.

Nesse contexto, o principal recurso estratégico da Casa Semente é o conhecimento especializado e a credibilidade das fundadoras, que funcionam como pilar essencial de funcionamento da empresa. A partir desse diferencial, a organização pretende crescer de forma sustentável, investindo gradualmente em tecnologia, comunicação e parcerias, sem perder a essência de um atendimento personalizado e humanizado.

VISÃO SISTÊMICA | MODELO DE GESTÃO

A visão sistêmica consiste em compreender a empresa como um todo, interligando pessoas, processos, tecnologia, finanças e clientes. Na Casa Semente, a falta dessa visão integrada tem impactado diretamente a eficiência operacional, o clima organizacional e a capacidade de crescimento.

Problemas e Consequências

A empresa ainda não considera alternativas de captação de recursos além da receita direta de vendas a clientes. A falta de clareza sobre os modelos de monetização e crescimento limita a capacidade de investimentos, impedindo melhorias tecnológicas, ações de marketing e expansão da equipe.

- A. Poucos recursos financeiros e ausência de investidores;
- B. Falta de clareza sobre os modelos de monetização e ;
- C. Falta de clareza sobre os modelos de monetização e crescimento

Sugestão de Modelo de Gestão

A adoção de um modelo de gestão ágil é adequada para a Casa Semente devido sua equipe reduzida, tendo assim mais flexibilidade na distribuição de papéis e autonomia para que as fundadoras gerenciem suas responsabilidades sem estruturas hierárquicas rígidas.

Esse modelo favorece uma comunicação transparente e ágil, evitando sobrecarga, além de permitir uma tomada de decisão mais rápida, colaborativa e adaptável às necessidades do negócio. Através de reuniões curtas e diretas, com processos mais enxutos, o aumento da autonomia e confiança entre as integrantes e a adaptabilidade rápida às possíveis mudanças.

Resolvendo o problema | Contexto Inicial de TI e Gestão

No início das operações, a Casa Semente utiliza recursos tecnológicos básicos, como:

- Planilhas eletrônicas para controle financeiro e de agendamentos;
- Redes sociais (Instagram, WhatsApp) para divulgação e contato com clientes;
- Comunicação interna informal, via aplicativos de mensagem.

Contudo, não há integração entre os sistemas, o que gera retrabalho, erros de registro e dificuldades em gerar relatórios/ registros de evolução.

A integração de processos influencia diretamente na captação de recursos, logo

em um melhor fluxo de caixa, e assim consequentemente um crescimento saudável da empresa, possibilitando investimentos na mesma e ampliação dos objetivos propostos. A ausência de um sistema unificado de gestão (ERP, CRM, SCM) limita o crescimento, a análise estratégica e o atendimento ágil ao cliente.

ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR DA EMPRESA

Atividades Primárias

Essas atividades estão relacionadas ao atendimento dos serviços terapêuticos:

- Atração de clientes - Marketing, redes sociais, eventos, parcerias.
- Agendamentos e comunicação de pré-atendimento - WhatsApp, Instagram, telefone.
- Recepção e acolhimento - Primeiro contato presencial, orientação, ambientação.
- Prestação de serviços - Psicoterapia, yoga, massagem, nutrição, arteterapia.
- Pós-atendimento - Feedback, follow-up, remarcação, indicação de novos serviços.

Atividades de Apoio

São processos internos que garantem que a entrega aconteça bem:

- Gestão administrativa - Agendas, registros, organização de materiais, pagamentos.
- Gestão financeira - Controle de caixa, precificação, recebimentos.
- Gestão de insumos e fornecedores (SCM) - Limpeza, manutenção, suprimentos, infraestrutura.
- Gestão da informação (CRM) - Dados dos clientes, histórico, frequência, jornada.
- Gestão de pessoas - Distribuição de tarefas, reuniões, comunicação interna.

ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura organizacional da Casa Semente é orientada por valores de acolhimento, cuidado humanizado, autonomia e aprendizado contínuo. Esses princípios fortalecem o propósito central da empresa, que é promover o bem-estar integral de jovens e adultos. Porém, apesar de ser uma cultura positiva e alinhada ao propósito do negócio, alguns desafios importantes surgem devido ao estágio inicial da empresa, à equipe reduzida e à falta de processos estruturados.

Relacionamento com cliente

A comunicação com os clientes é humanizada, personalizada e acolhedora, reforçando a proposta de cuidado. O tom utilizado cria vínculo, confiança e proximidade com o público-alvo. No entanto, não há estrutura e padronização de conversas, sem acompanhamento da jornada do cliente e sem dados sobre a fidelização do paciente.

Liderança

O estilo de liderança na Casa Semente é compartilhado/ horizontal, sem uma estrutura rígida de hierarquia, tornando assim a opinião de todas validadas, com abertura a opiniões e ideias. No entanto, na ausência de uma liderança fixa, não existe uma cultura formal de feedback, com indicadores de desempenho ou reuniões estruturadas. Isso dificulta a identificação prévia de problemas, impedindo a melhoria contínua.

A ausência de regras claras e de processos definidos pode gerar ruídos, expectativas não alinhadas e conflitos sobre responsabilidades. Isso se agrava quando

decisões importantes são tomadas de forma intuitiva, sem registro e sem consenso estruturado.

Comunicação interna

Um dos principais problemas identificados na cultura atual é o risco de acúmulo de funções, consequência da equipe com poucos funcionários e da definição adequada de papéis. As integrantes muitas vezes assumem diversas tarefas além de suas responsabilidades, o que pode levar a sobrecarga, queda de produtividade e desgaste emocional, contradizendo o próprio propósito da Casa Semente de promover equilíbrio e saúde mental.

Ritos e costumes

Atualmente, os principais ritos da Casa Semente são as confraternizações de aniversário e as conversas informais entre as integrantes, que surgiram de forma espontânea e reforçam a união e o acolhimento. Apesar de fortalecerem o vínculo da equipe, esses rituais são voltados apenas ao aspecto emocional e não contribuem para o planejamento ou acompanhamento de resultados. A falta de ritos formais, como reuniões de alinhamento, definição de metas e revisões periódicas, faz com que a empresa dependa de diálogos informais, o que dificulta a organização, prejudica o controle das atividades e impede uma análise clara do desempenho.

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTÃO

A Casa Semente, por ser uma empresa de pequeno porte e em fase inicial, ainda não possui sistemas integrados de gestão que permitam organização estratégica, acompanhamento de resultados ou automatização de processos. A adoção de ferramentas como **CRM** (Customer Relationship Management) e **SCM** (Supply Chain Management) podem trazer vantagens, auxiliar e facilitar o crescimento sustentável da empresa.

Desafio A - Dificuldade em atrair novos consumidores, e em fidelizar os clientes recorrentes

Um dos principais problemas da Casa Semente é a dificuldade de atrair novos clientes e manter a recorrência dos que já utilizam os serviços. Para isso, o uso de um **CRM** torna-se de grande relevância. O sistema permitirá organizar os contatos, registrar interações, acompanhar a jornada do cliente e analisar seu comportamento de consumo. O sistema ainda possibilita a automação de marketing nos atendimentos pelos diversos canais digitais (omnichannel).

Além disso, uma ferramenta complementar a ser usada é o funil **de vendas**, que ajuda a mapear a jornada de cada cliente, desde o interesse inicial até a fidelização, permitindo identificar os gargalos e suas justificativas. Outro aliado pode ser o modelo **RFV (ou RFM) - Recência, Frequência e Valor**. Em especial na fidelização dos clientes, essa análise apoia decisões sobre estratégias de retenção, programas de fidelidade e campanhas de reativação.

Desafio B - Falta de clareza sobre modelos de monetização e crescimento

Parte dessa dificuldade está relacionada à ausência de dados, métricas e acompanhamento do desenvolvimento da empresa. Sem indicadores e informações

registradas, fica difícil identificar quais os pontos de melhoria necessários. A implementação do CRM é uma alternativa que permitirá estruturar métricas básicas de desempenho, como por exemplo:

- Taxa de frequência dos clientes (KPI sugerido);
- Taxa de conversão de leads;
- Ticket médio por cliente;
- Receita por tipo de serviço (psicoterapia, yoga, nutrição etc.).

Esses dados darão maior clareza sobre o modelo de monetização e o potencial de crescimento.

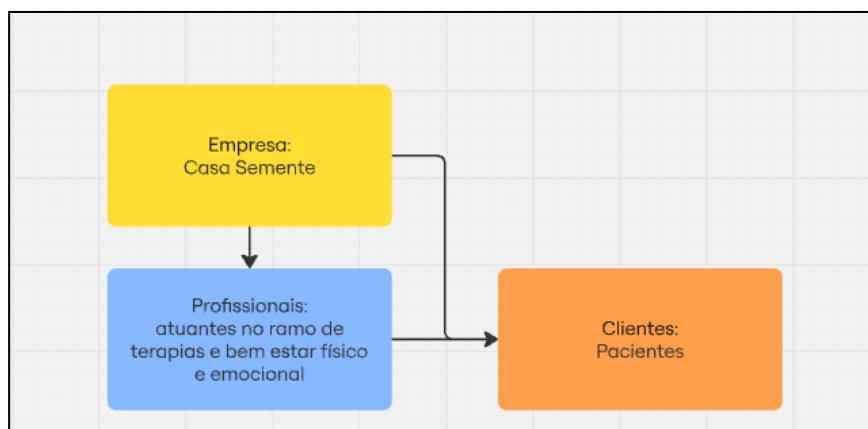
Embora o SCM não seja o foco principal da Casa Semente por se tratar de uma empresa de serviços e não produtos, ele pode ser útil na organização de suprimentos para funcionamento da casa, permitindo a redução de desperdícios, otimização no processo de compras, planejamento e controle de fluxo de caixa. Alguns exemplos de sua implementação são:

- Controle da compra de materiais de limpeza e higiene;
- Gestão de custos fixos (água, luz, internet, manutenção do espaço);
- Organização dos contratos com prestadores de serviço (terapeutas externos, massoterapeutas, fornecedores de insumos).

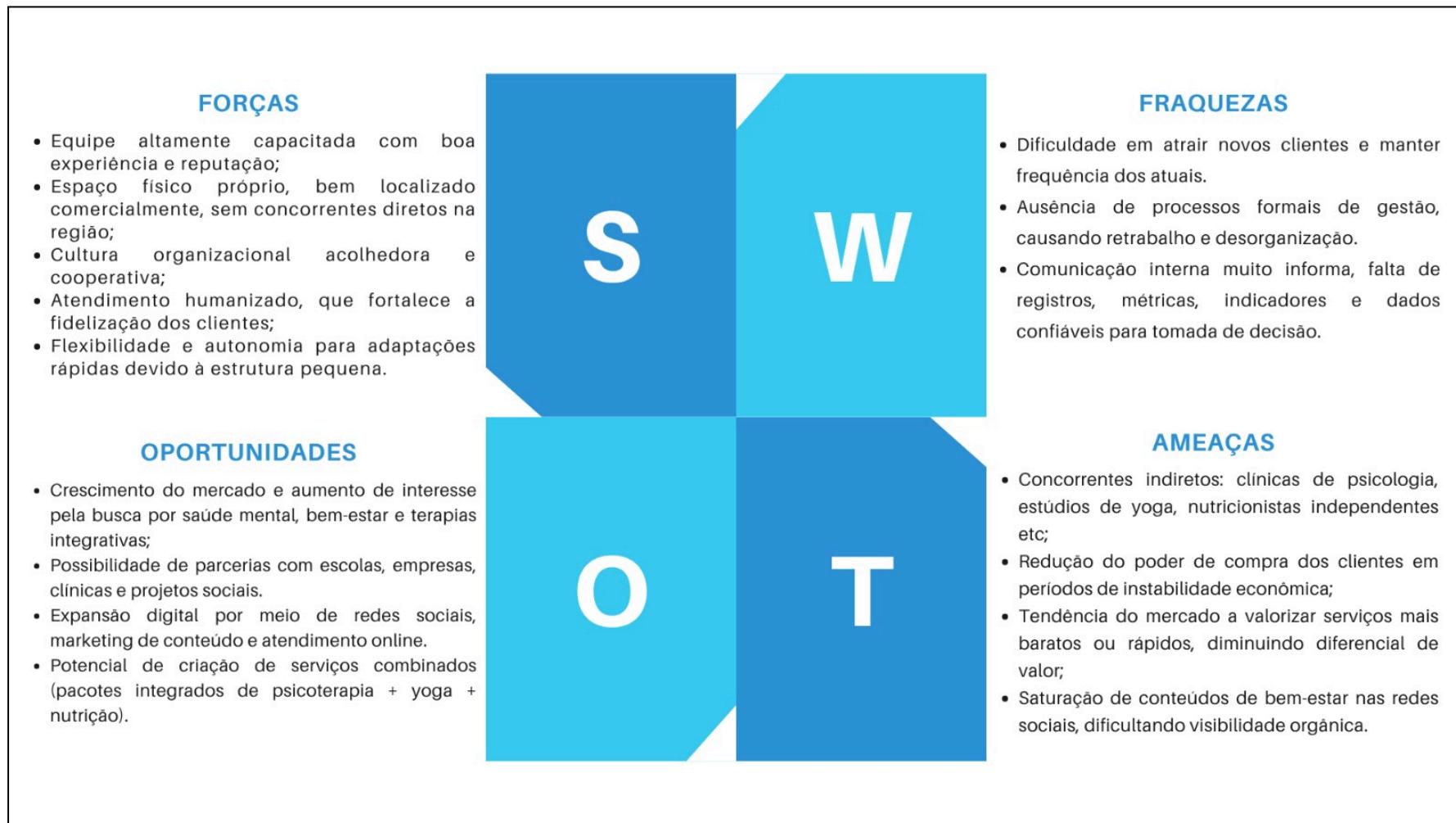
Integração CRM + SCM: Benefícios

A integração entre CRM e SCM trará ganhos importantes, especialmente na clareza e estruturação do processo e de vendas, algumas vantagens são:

- Centralização de informações, facilitando o acesso a dados de clientes e dos recursos necessários para o funcionamento da empresa.
- Melhor organização da jornada do cliente, desde o primeiro contato até o acompanhamento pós-atendimento.
- Maior agilidade nas decisões, com dados claros sobre vendas, frequência, custos e consumo de serviços.
- Planejamento financeiro mais eficiente, graças ao controle de insumos e ao entendimento do comportamento dos clientes.
- Economia de tempo, permitindo que a equipe foque no atendimento e na estratégia, e não em atividades administrativas..



MATRIZ SWOT



BALANCED SCORECARD

Mapa Estratégico	Pilar Estratégico	Objetivos	Indicador	Meta	Iniciativa
<pre> graph TD A([Melhorar o fluxo de caixa]) --- B([Criar novas fontes de arrecadação, além dos atendimentos tradicionais.]) A --- C([Atrair novos clientes]) A --- D([Aumentar a fidelização e a recorrência dos clientes atuais.]) A --- E([Melhorar a tomada de decisão com base em dados gerenciais (CRM + métricas internas)]) A --- F([Criar fluxos de atendimento e vendas claros e padronizados.]) A --- G([Desenvolver competências da equipe em gestão e comunicação.]) B --- D C --- D D --- E E --- F F --- G </pre>	Financeiro	Melhorar o fluxo de caixa	Receita mensal total.	Aumentar a receita em 20% nos próximos 12 meses.	Criar pacotes e planos mensais de serviços (ex: combo psicoterapia + yoga). Parcerias comerciais e eventos na temática bem estar/saúde/estilo de vida saudável
	Cliente	Criar novas fontes de arrecadação, além dos atendimentos tradicionais.	Número de novas fontes de receita implementadas.	Implementar pelo menos 3 novas formas de arrecadação até o final do ano.	
	Internos	Atrair novos clientes	Número de novos leads por mês.	Aumentar a base de clientes em 45%	Criar campanhas digitais e ações de divulgação do espaço
	Aprendizado	Aumentar a fidelização e a recorrência dos clientes atuais.	Taxa de conversão de leads em clientes.	Ter com que pelo menos 30% dos clientes adquiriram outro serviço da casa	Criar programas de fidelidade e benefícios para clientes frequentes.
		Criar fluxos de atendimento e vendas claros e padronizados.	Número de processos formalizados.	Formalizar os principais processos de venda e relacionados, até o final do semestre.	Criar fluxos para comunicação com o cliente (WhatsApp, Instagram, e-mail).
		Melhorar a tomada de decisão com base em dados gerenciais (CRM + métricas internas)	Decisões tomadas a partir das informações fornecidas pelas métricas	Tomar decisões mais seguras	Ter reuniões formais e estruturadas a cada dois meses, acompanhando as métricas
		Desenvolver competências da equipe em gestão e comunicação.	Horas de capacitação por colaboradora.	Realizar pelo menos 2 capacitações internas por semestre.	Promover treinamentos sobre CRM, atendimento e gestão financeira.

PLANO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

Atualmente todo conhecimento e experiência dentre as profissionais atuantes na Casa Semente, não está organizado ou documentado, o que gera dependência excessiva da memória individual e dificulta a padronização dos processos e dificulta treinar novas pessoas e gera inconsistências na experiência do cliente, o ideal é transformar esses processos intuitivos em materiais padronizados e de fácil acesso para toda a equipe.

Identificação do Conhecimento Tácito

- Experiência clínica das psicólogas, nutricionistas e terapeutas;
- Habilidades práticas em condução de atendimentos (postura, acolhimento, escuta ativa);
- Tom de voz e abordagem emocional usada na recepção e comunicação com clientes;
- Percepção individual sobre demandas mais frequentes dos clientes;
- Maneira própria de organizar a agenda, priorizar atendimentos e lidar com imprevistos.

Identificação do Conhecimento Explícito

- Protocolos básicos de atendimento (ainda informais);
- Informações sobre serviços oferecidos;
- Documentos financeiros, planilhas e agendas;
- Modelos de mensagens (ou que podem ser criados) para agendamentos e follow-ups.

Propostas do Plano de Gestão do Conhecimento

- Ações para transformar conhecimento tácito em explícito:
- Criar manuais simples de atendimento, comunicação e recepção.
- Registrar boas práticas usadas pelas profissionais (scripts, orientações, checklists).
- Registrar em atas de reunião o que foi aprendido com situações reais.
- Fazer reuniões periódicas de troca de saberes entre as áreas.
- Criar rotina de atualização dos documentos.
- Estimular feedback contínuo entre profissionais.
- Criar um espaço para registrar dúvidas e soluções (FAQ interno).

PROCEDIMENTOS

RESULTADOS

Cenário com resultados não satisfatórios

Apesar das iniciativas propostas, a implementação das mudanças na Casa Semente não trouxe os resultados esperados no cenário simulado. A adoção do CRM, por exemplo, apresentou baixa efetividade porque as profissionais não conseguiram manter uma rotina de registro de dados. A falta de familiaridade com o sistema e a ausência de treinamentos

contínuos resultaram em informações incompletas, dificultando a análise do funil de vendas. Com isso, a empresa continuou sem clareza sobre o comportamento dos clientes, e a taxa de retorno permaneceu estagnada.

Os processos internos também não avançaram como previsto. A tentativa de documentar procedimentos acabou sendo interrompida por falta de tempo das colaboradoras, que já acumulam múltiplas funções. Assim, os processos continuaram dependentes de conversas informais, e o retrabalho não diminuiu. Em alguns momentos, a equipe relatou aumento da carga mental, pois precisava conciliar as rotinas existentes com atividades adicionais de registro e organização que nunca foram totalmente implementadas.

A integração entre CRM e SCM também não funcionou como esperado. A empresa não possuía volume significativo de suprimentos para justificar o uso aprofundado do SCM, e as informações inseridas não eram suficientes para gerar benefícios reais. A falta de alinhamento entre o que era planejado e o que era necessário no dia a dia fez com que a ferramenta fosse subutilizada.

Culturalmente, as mudanças geraram desconforto. A introdução de rituais formais de planejamento e revisão de metas foi percebida como rígida pelas fundadoras e pelas profissionais, contrastando com o ambiente acolhedor e espontâneo que caracteriza a Casa Semente. Algumas integrantes consideraram que a proposta afastava a empresa de sua essência humanizada, causando resistência e diminuindo o engajamento em relação às novas práticas.

No aspecto financeiro, sem dados sólidos e sem adesão aos sistemas, ficou difícil projetar receitas de forma confiável ou analisar novas possibilidades de monetização. A empresa tentou lançar novos serviços, mas sem uma leitura clara do perfil do cliente, os resultados foram baixos e a receita não apresentou crescimento significativo. No fim, o conjunto de falhas na implementação — falta de tempo, baixa adesão às ferramentas, resistência cultural e ausência de treinamento — impediu que as mudanças fossem absorvidas. A Casa Semente permaneceu com os mesmos desafios iniciais: dificuldade de retenção de clientes, pouca clareza estratégica e baixa padronização dos processos internos.