

**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

<b>VISÃO DA ORGANIZAÇÃO.....</b>	<b>3</b>
Introdução á empresa.....	3
Visão Organizacional (Resource-Based View - RBV).....	3
<b>VISÃO SISTÊMICA   MODELO DE GESTÃO.....</b>	<b>4</b>
Problemas e Consequências.....	4
Sugestão de Modelo de Gestão.....	4
Resolvendo o problema   Contexto Inicial de TI e Gestão.....	4
<b>ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR DA EMPRESA.....</b>	<b>5</b>
Atividades Primárias.....	5
Atividades de Apoio.....	5
<b>ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>5</b>
Relacionamento com cliente.....	5
Liderança.....	5
Comunicação interna.....	6
Ritos e costumes.....	6
<b>PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTÃO.....</b>	<b>6</b>
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
<b>MATRIZ SWOT.....</b>	<b>8</b>
<b>BALANCED SCORECARD.....</b>	<b>9</b>
<b>PLANO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO.....</b>	<b>10</b>
Identificação do Conhecimento Tácito.....	10
Identificação do Conhecimento Explícito.....	10
Propostas do Plano de Gestão do Conhecimento.....	10
<b>PROCEDIMENTOS.....</b>	<b>10</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>

## **VISÃO DA ORGANIZAÇÃO**

### **Introdução á 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.

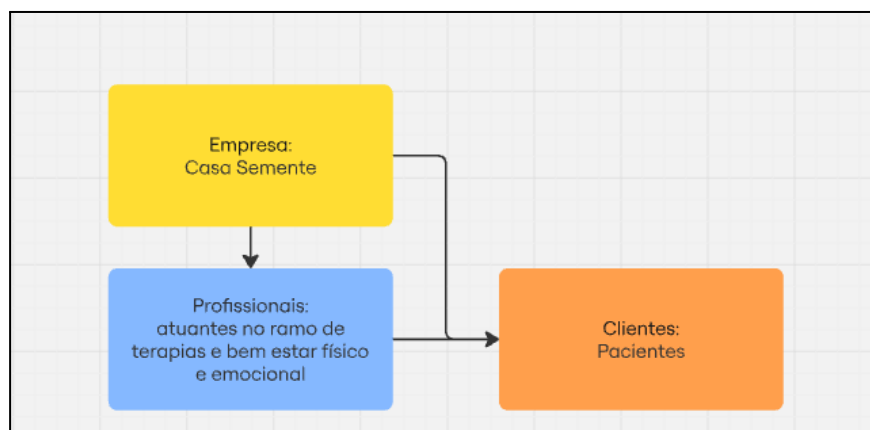
Embora o SCM não seja o foco principal da Casa Semente por se tratar de uma empresa de serviços e não produtos, ele pode ser útil na organização de suprimentos para funcionamento da casa, permitindo a redução de desperdícios, otimização no processo de compras, planejamento e controle de fluxo de caixa.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

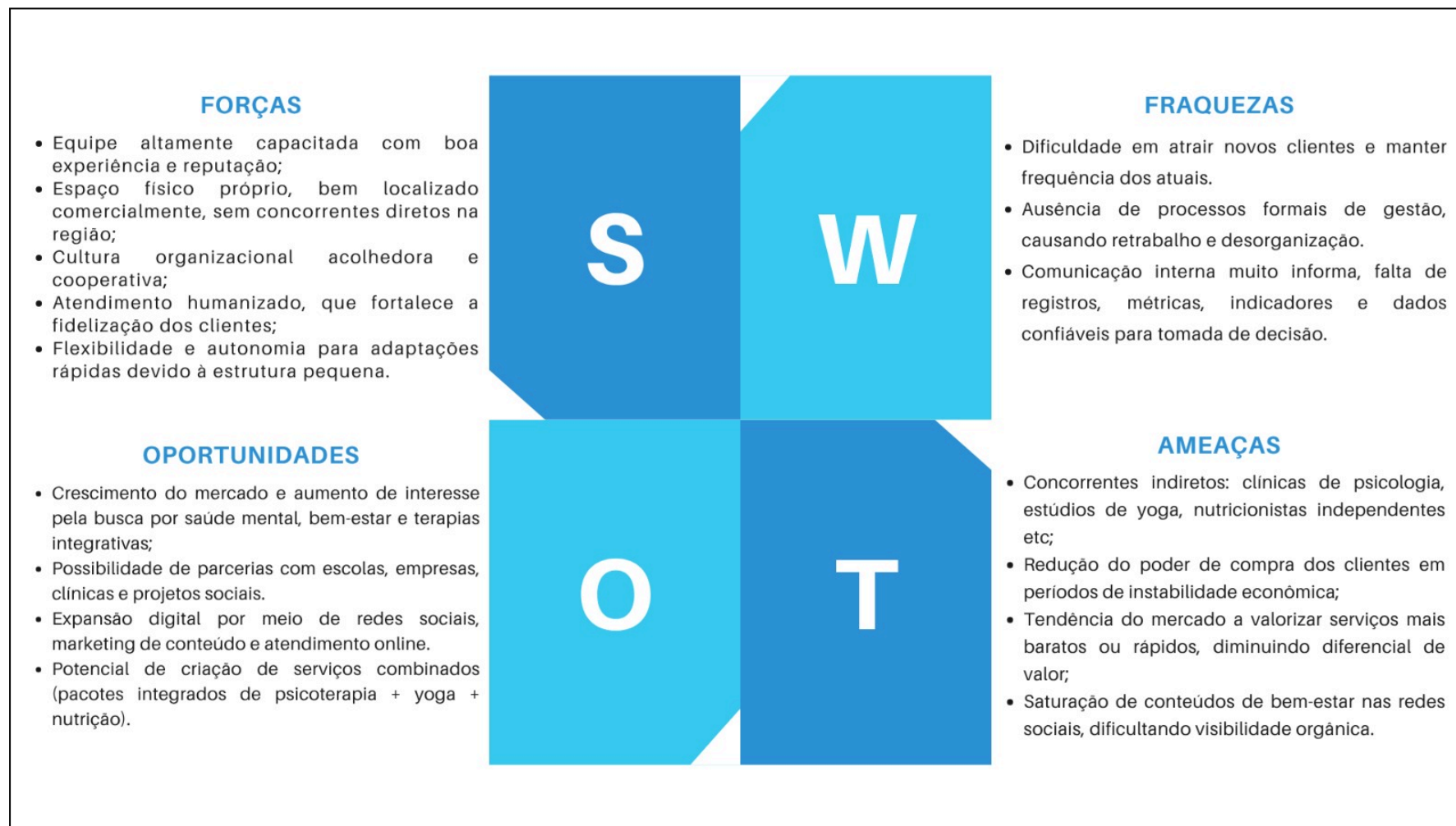
### **Integração CRM + SCM: Benefícios**

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))     B --- D((Aumentar a fidelização e a recorrência dos clientes atuais.))     C --- D     D --- E((Melhorar a tomada de decisão com base em dados gerenciais CRM + métricas internas))     D --- F((Criar fluxos de atendimento e vendas claros e padronizados.))     E --- G((Desenvolver competências da equipe em gestão e comunicação.))     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
		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.	
	Cliente	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
		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.
	Internos	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
	Aprendizado	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.