

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ
VICE-REITORIA DE EXTENSÃO E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS
COORDENAÇÃO DE PROJETOS E EXTENSÃO

1. ESCOLA DO CONHECIMENTO

- () Escola de Negócios, Educação e Comunicação
- () Escola de Ciências da Saúde
- () Escola de Ciências Jurídicas e Sociais
- (X) Escola Politécnica

**Projeto para empresa regional - Navegantes
(Pescados do sul)**

2. RESUMO DO PROJETO - Para o projeto de extensão da disciplina, tínhamos uma ideia inicial de ajudar o nosso projeto a melhorar a comunicação entre empresa-cliente de alguma empresa local. Para isso, uma pesquisa na região de Navegantes, Balneário Camboriú e Camboriú foi feita. Em análise dos possíveis negócios da região uma empresa se mostrou disposta e com uma necessidade real e de impacto positivo para sua operação.

3. JUSTIFICATIVA - Em contato inicial com a empresa foi identificado a demanda com o CEO de uma melhor comunicação com os clientes novos e planos de expansão. A empresa tem uma carteira consolidada de clientes e pretende expandir sua operação comercial para todo o país. Em contato com a administração e operação da empresa, nos sinalizaram de ter um canal de comunicação mais claro e ativo com os possíveis leads. Nesse cenário o primeiro passo para atingir o objetivo final seria criar um site contando a história da empresa, onde por esse canal os clientes entrem em contato. Empresa atende B2B e está caminhando em direção de um e-commerce e atendimento B2C.

- Foram estipuladas reuniões de alinhamento do projeto quinzenais com o CEO, e acompanhante do produto em reuniões semanais com a diretoria responsável pelo OPEX. Em primeiro contato via reunião presencial a diretoria passou a necessidade de um possível e-commerce dentro do site (poderíamos utilizar a funcionalidade do catálogo ensinada na aula). Em análise de ferramentas do mercado (uso de consumo de APIs visto em sala), VTEX se apresentou como possível ferramenta. A decisão de inclusão da VTEX no CAPEX da operação se torna viável devido a API aberta para integração com o site (utilização de um código limpo e de fácil manutenção para futuras alterações).

4. DIAGNÓSTICO DA REALIDADE

A comunidade empresarial local, especialmente em Navegantes, Balneário Camboriú e Camboriú, é caracterizada por um mercado em crescimento, mas que ainda enfrenta desafios significativos em termos de comunicação eficaz entre empresas e seus clientes, especialmente no que diz respeito à transição de modelos de negócios tradicionais para soluções mais digitais. Muitas empresas da região possuem uma carteira consolidada de clientes, mas não estão plenamente preparadas para expandir suas operações com eficiência em um mercado mais amplo, principalmente no que tange ao e-commerce e à comunicação digital.

- Em atividades anteriores de extensão e contato com o setor empresarial da região, foi possível identificar uma série de demandas similares: falta de canais claros e acessíveis de comunicação com os clientes e a necessidade de ferramentas digitais para otimizar o relacionamento com o público-alvo. A empresa em questão, que foi selecionada para o desenvolvimento deste projeto, demonstrou ter uma necessidade real de melhorar sua comunicação com leads e clientes atuais, além de estar em um processo de expansão.

5. OBJETIVOS

Desenvolver e implementar uma plataforma digital de comunicação e e-commerce para uma empresa local da região de Navegantes a fim de melhorar a interação com seus clientes e otimizar seus processos comerciais, apoiando sua expansão para novos mercados.

Objetivos Específicos:

1. **Analisar as necessidades de comunicação da empresa:** Identificar e compreender as demandas específicas de comunicação e relacionamento com os clientes, com foco na otimização da interação empresa-cliente e no suporte ao crescimento da empresa.
2. **Desenvolver um site institucional para a empresa:** Criar uma plataforma digital que conte a história da empresa, apresente seus produtos/serviços e sirva como um canal de contato eficiente para novos leads e clientes atuais.
3. **Facilitar a funcionalidade de e-commerce :** Facilitar o uso de uma solução de e-commerce ao site, utilizando a plataforma VTEX, para permitir que a empresa comece a realizar transações online, atendendo ao modelo B2B e facilitando a transição para o B2C.
4. **Capacitar a equipe da empresa para o uso do site e e-commerce:** Oferecer treinamento à equipe da empresa para que possam gerenciar e atualizar o conteúdo do site e as informações do catálogo de produtos, garantindo autonomia e sustentabilidade no longo prazo.

5. **Fomentar a digitalização de pequenas e médias empresas na região:** Estimular o uso de ferramentas digitais como o e-commerce e o marketing online, mostrando aos empresários locais a importância da transformação digital para a ampliação de seus negócios e a melhoria da competitividade no mercado nacional.
6. **Estabelecer um canal de comunicação contínuo com o cliente:** Criar uma interface de comunicação clara, eficiente e acessível no site, para que a empresa possa acompanhar leads e clientes de maneira mais ágil, oferecendo um atendimento mais personalizado e eficaz.
7. **Avaliar o impacto do projeto na operação da empresa:** Monitorar os resultados do site e da integração do e-commerce, com foco em medir o aumento de leads, a conversão de vendas e a melhoria na percepção dos clientes sobre a empresa.

6. PÚBLICO ALVO

Setores de Atividade:

A maioria dos empresários da região atua em setores variados, como comércio de produtos, serviços de consultoria, tecnologia, indústrias locais e empresas do setor de turismo. Muitos desses negócios têm grande potencial de expansão, mas esbarram na limitação de canais de comunicação com os clientes e na ausência de plataformas de venda online.

METODOLOGIA

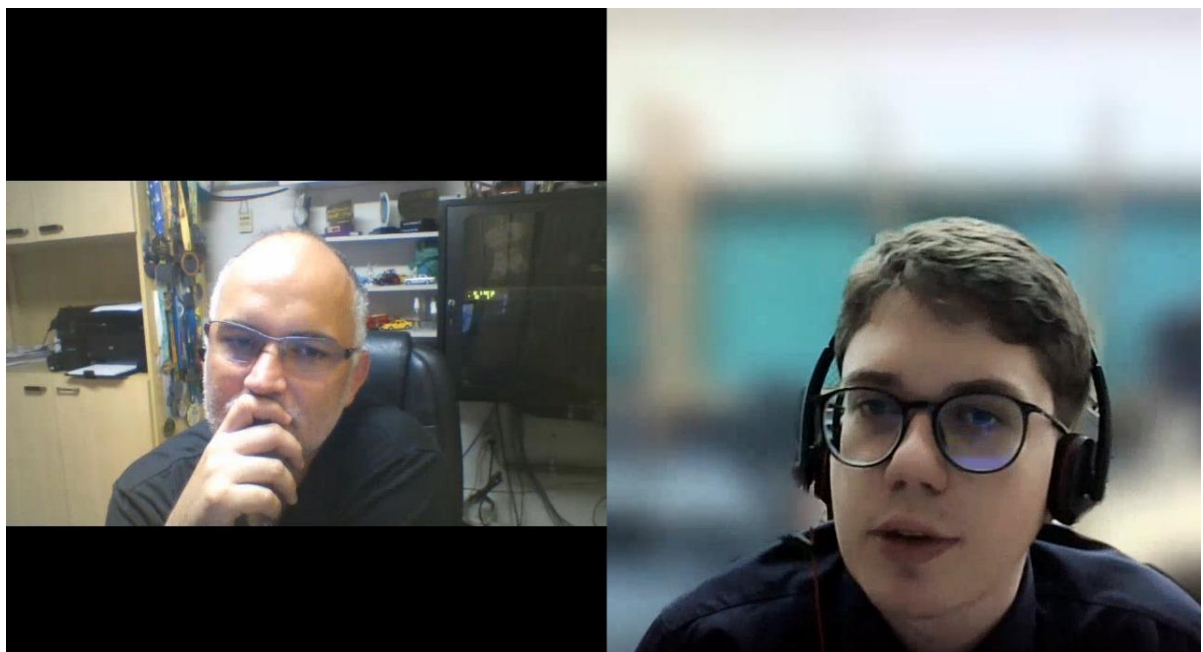
1. **Levantamento das necessidades:**
 - 1.1. Realizar reuniões iniciais com o CEO e equipe da empresa para identificar os desafios de comunicação e as funcionalidades prioritárias para o site e e-commerce.
 - 1.2. Elaborar um diagnóstico detalhado com base na pesquisa inicial sobre empresas locais.
2. **Desenvolvimento da plataforma digital:**
 - 2.1. Criar o site institucional utilizando linguagens de programação adequadas (HTML, CSS, JavaScript) e integrar funcionalidades de e-commerce por meio da plataforma VTEX.
 - 2.2. Garantir que o código seja limpo e documentado, facilitando futuras manutenções.
3. **Capacitação da equipe da empresa:**
 - 3.1. Preparar um manual de uso para o site e e-commerce.
 - 3.2. Conduzir um workshop prático com os funcionários da empresa para treiná-los nas operações da plataforma.
4. **Monitoramento e avaliação contínua:**
 - 4.1. Implementar métricas para medir o tráfego do site, geração de leads e conversão de vendas.
 - 4.2. Coletar feedback da empresa e dos clientes para ajustes na plataforma.

5. Divulgação e sensibilização regional:

- 5.1. Estimular outras empresas da região a adotar ferramentas digitais por meio de eventos ou publicações.
- 5.2. Envolver a comunidade empresarial local para ampliar a visibilidade do projeto.

AVALIAÇÃO DE RESULTADOS DO PROJETO

- **18/11 - Primeira Reunião com o CEO da Pescados do Sul**
- Apresentação inicial da ideia do site.
- Discussão sobre os principais desafios enfrentados pela empresa na propagação da identidade visual.
- CEO destacou a importância de o projeto ser simples e acessível, evitando funcionalidades complexas ou difíceis de implementar.
- Alinhamento sobre os objetivos principais: transparência, facilidade de uso e engajamento dos interessados.



(Foto da primeira reunião de alinhamento)

25/11 - Segunda Reunião com o CEO (Alinhamento e entrega final)

- Revisão do escopo inicial do projeto com base nos apontamentos da primeira reunião.
- Confirmação da necessidade de manter o site com foco em funcionalidades básicas e intuitivas.
- Discussão sobre prioridades, como o registro de visitantes e a publicação de atualizações sobre projetos.

PARCEIROS DO PROJETO (Fora do escopo inicial)

Organização	Principais funções no projeto
Associação de Moradores	Divulgação do projeto; participação em reuniões de planejamento das atividades do projeto; divulgação de dados referente à participação de novos sujeitos nas reuniões do conselho comunitário.

CRONOGRAMA (alinhado aos objetivos específicos e atividades)

Atividades	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov		Dez
Levantamento							X	X			X		
Desenvolvimento									X	X			X

Conclusão

Durante o desenvolvimento deste projeto, buscamos implementar soluções tecnológicas modernas, como a utilização de APIs abertas e ferramentas avançadas como a VTEx, para atender às demandas de e-commerce e comunicação da empresa. Contudo, enfrentamos certa resistência do CEO em adotar funcionalidades mais sofisticadas, devido a preocupações com a complexidade de implementação e a manutenção dessas tecnologias no longo prazo. Apesar dessas limitações, a equipe manteve seu comprometimento com o objetivo principal do projeto e entregou uma landing page bem desenhada, com foco em simplicidade, clareza e eficiência. Essa solução, embora mais básica do que inicialmente planejada, atende plenamente às necessidades levantadas pela empresa, fortalecendo a comunicação com seus clientes e estabelecendo uma base sólida para futuras expansões digitais. O projeto destacou nossa capacidade de adaptação e resiliência diante de desafios, além de reforçar o impacto positivo que mesmo pequenas melhorias podem trazer para negócios locais em processo de transformação digital.

EQUIPE DO PROJETO

- Sebastian de Menezes Motta Spesssatto - **(Comunicação e alinhamento com o CEO)**
- William Campo da Silva - **(Formatação dos requisitos e formalização estratégica)**
- Joshuah Jackson Leite - **(Revisões de projeto e identidade visual)**
- Gabriel Sulzbach - **(Desenvolvimento do código)**