

TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA NA EMPRESA SUTSIDE

Eduardo Feijó Ribeiro – 190940
 Enzo Gabriel Valente – 222234
 Lucas Barbosa – 224444

Maria Eduarda Avanço Botazoli – 212125
 Olivia Barrao Avelhan – 223474
 Xisleu Perez Gimenes Junior – 212156

Orientador(a): Evelyn Amanda de Abreu Lopes Ramos

INTRODUÇÃO

A tomada de decisão estratégica é um processo crucial para o sucesso de qualquer empreendimento, e no setor varejista de moda, essa importância amplificada devido à natureza dinâmica e competitiva do mercado. Por isso, é necessário abordar ferramentas e estratégias aplicáveis no negócio.

O presente projeto refere-se à análise estratégica para a loja de roupas Suitside do seguimento da moda conhecido como Streewear – estilo da década de 1990 – que tem sua origem creditada na Califórnia, trazendo caimentos de roupas mais folgadas, fáceis de utilizar e de combinar.

Figura 1. Logo da empresa Suitside.



Fonte: Fornecido pela empresa.

Figura 2. Produtos vendidos pela empresa.



Fonte: Catálogo fornecido pela empresa.

JUSTIFICATIVA

A ideia do projeto nasceu pela necessidade e interesse de crescimento do proprietário do negócio, onde pretende-se ajudar a resolver algumas limitações que a empresa tem atualmente, como, falta de novas parcerias com outras marcas, loja virtual, entre outros propósitos citados a serem atingidos.

OBJETIVOS e ODS

O objetivo geral do projeto consiste na análise detalhada das potenciais melhorias e expansões para a loja de roupas Suitside. Logo, este empreendimento tem como objetivo específico considerar uma série de dados fornecidos pelo proprietário, incluindo a variedade de produtos e marcas disponíveis, os custos operacionais e despesas associadas, bem como os registros de lucratividade do estabelecimento comercial.

Figura 3 e 4. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



Fonte: <https://educacaointegral.org.br/reportagens/escolas-objetivos-de-desenvolvimento-onu/>

ORÇAMENTO

Desse modo vemos que o orçamento da proposta final escolhida seria na adesão da nova marca MAFIUSU. Onde a empresa teria um custo total de R\$ 5.410,25 e um investimento Total de R\$ 2.000,00. Portanto, contaria também com um aumento na venda média mensal de produtos, gerando um lucro de R\$ 3.631,25.

Tabela 1. Orçamento Final.

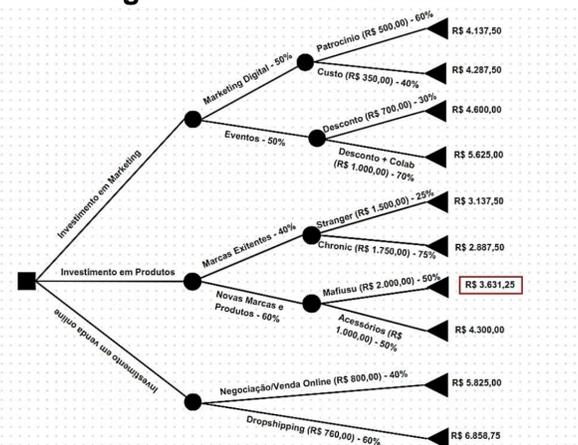
Parâmetros	Mafiusu
Quantidade de produtos (unid.)	85
Período (mês)	1
Valor venda(média)	R\$ 129,90
faturamento total	R\$ 11.041,50
custo por produto(média)	R\$ 63,65
custo total	R\$ 5.410,25
Investimento Total	R\$ 2.000,00
Lucro no período	R\$ 3.631,25

Fonte: Elaborado pelos autores.

RESULTADOS E VALIDAÇÃO

Avaliar o desempenho do negócio é fundamental para garantir o progresso. Para isso, é necessário adotar uma abordagem comparativa, analisando melhorias ao longo do tempo. O objetivo é examinar as receitas passadas em comparação com as atuais, buscando indicadores-chave de sucesso, como aumento nos lucros, aquisição e retenção de clientes, investimentos em produtos e marcas, engajamento nas redes sociais e eventos promovidos na loja.

Figura 5. Árvore de Decisão.



CONCLUSÃO

Conclui-se com sucesso que a implementação de uma nova marca proporciona crescimento econômico para o negócio, mas também aderindo novas estratégias em marketing e inovando o sistema de venda.

AGRADECIMENTOS

A professora Evelyn Lopes, por ter orientado com tamanha dedicação. Assim como, a todos aqueles que contribuíram de alguma forma, para a realização deste projeto.