

1. Missão, Visão e Valores

Missão: Oferecer acessórios de moda de alta qualidade e originalidade, proporcionando aos nossos clientes uma experiência única e satisfatória.

Visão: Ser reconhecida como uma marca líder no mercado de acessórios de moda, conhecida pela sua inovação, qualidade e compromisso com a satisfação do cliente.

Valores:

- Originalidade: Criatividade e inovação são fundamentais em tudo o que fazemos.
- Qualidade: Comprometemo-nos a oferecer produtos de alta qualidade e durabilidade.
- Satisfação do Cliente: Colocamos os interesses dos nossos clientes em primeiro lugar, buscando sempre superar as suas expectativas.
- Sustentabilidade: Nosso compromisso com o meio ambiente reflete-se em parcerias com fornecedores locais e eco-friendly.
- Integridade: Agimos com ética e transparência em todas as nossas operações.

2. Análise Interna

Vantagens Competitivas:

- Originalidade e Inovação em Design: A diferenciação através de estampados visíveis tanto por dentro como por fora.
- Conhecimento do Setor e Tendências: As proprietárias têm vasta experiência no setor da moda.
- Relacionamento com Fornecedores: Parcerias locais e eco-friendly contribuem para a sustentabilidade e qualidade dos produtos.
- Presença Online: Website intuitivo e presença ativa nas redes sociais.

Desvantagens Competitivas:

- Limitações de Recursos Humanos: Capital humano composto apenas por duas pessoas.
- Limitações Financeiras: Ausência de financiamento externo e capital limitado.

Recursos Tangíveis:

- Instalações físicas da empresa.
- Capital financeiro.

Recursos Intangíveis:

- Conhecimento e Experiência no Setor da Moda.
- Relacionamento com Fornecedores.

Capacidades:

- Design Criativo e Inovador.
- Gestão Eficiente de Redes Sociais.

Análise VRIO:

- **Valor:** Sim, recursos e capacidades contribuem para a diferenciação e sucesso da empresa.
- **Raridade:** Sim, recursos como conhecimento do setor e relacionamentos com fornecedores são raros.
- **Imitabilidade:** Parcialmente, recursos como relacionamentos com fornecedores podem ser imitados, mas o conhecimento e experiência no setor são difíceis de replicar.
- **Organização:** Sim, a empresa é organizada para explorar e desenvolver esses recursos.

Matriz SWOT:

Fortalezas	Debilidades
Design Inovador	Recursos Humanos Limitados
Conhecimento do Setor	Limitações Financeiras
Relacionamento com Fornecedores	
Presença Online Ativa	

3. Análise Externa

Análise PEST:

- **Estrutura Econômica:** Instabilidade econômica pode afetar o poder de compra dos clientes.
- **Estrutura Tecnológica:** Avanços tecnológicos podem influenciar a forma como os produtos são produzidos e vendidos.

- **Estrutura Política:** Regulamentações governamentais podem afetar as operações comerciais.
- **Estrutura Social:** Mudanças nas tendências de moda e nas preferências dos consumidores.

Análise das 5 Forças de Porter:

- **Poder de Negociação dos Fornecedores:** Baixo, devido à estreita relação com fornecedores locais.
- **Poder de Barganha do Consumidor:** Moderado, devido à disponibilidade de alternativas no mercado.
- **Ameaça de Produtos Substitutos:** Moderada, devido à concorrência de outras marcas.
- **Ameaça de Entrada de Novos Concorrentes:** Baixa, devido às barreiras de entrada, como capital e conhecimento do setor.
- **Rivalidade entre Concorrentes:** Alta, devido à concorrência direta com outras marcas estabelecidas.

Matriz SWOT:

Oportunidades	Ameaças
Expansão Internacional	Instabilidade Econômica
Parcerias com Influenciadores	Concorrência Intensa
Crescimento do E-Commerce	Mudanças nas Preferências dos Consumidores

4. Estratégias Propostas

- **Estratégia Defensiva:** Focar na fidelização de clientes existentes através de programas de recompensa e excelência no atendimento ao cliente.
- **Estratégia Ofensiva:** Expandir a presença online e internacional, buscando novos mercados e parcerias estratégicas.
- **Estratégia de Sobrevivência:** Reduzir custos operacionais através de otimização de processos e negociação com fornecedores.
- **Estratégia de Reorientação:** Diversificar o portfólio de produtos e explorar novas oportunidades de mercado.

5. Balanced Scorecard (BSC)

Objetivo Estratégico	Indicadores	Metas
Expansão Internacional	Número de Novos Mercados	Aumentar em 20% ao ano
Fidelização de Clientes	Taxa de Retenção de Clientes	Manter acima de 80%

Objetivo Estratégico	Indicadores	Metas
Eficiência Operacional	Custo Médio de Produção	Reduzir em 10% ao ano
Inovação e Desenvolvimento de Produtos	Número de Lançamentos Anuais	Aumentar em 15% ao ano

6. Estratégias Propostas com Michael Porter

- **Estratégia de Diferenciação:** Continuar investindo em design criativo e inovador para diferenciar os produtos da concorrência.
- **Estratégia de Foco:** Concentrar esforços em segmentos de mercado específicos, como produtos para ocasiões especiais ou acessórios exclusivos para determinados grupos demográficos.

7. Estratégia de Liderança de Custos

A estratégia de liderança de custos visa oferecer produtos ou serviços a um preço mais baixo do que os concorrentes. Embora a Loja Fictícia Brasília se posicione mais como uma marca de diferenciação, ainda há oportunidades para implementar elementos de uma estratégia de liderança de custos:

- **Otimização de Processos:** Identificar e eliminar desperdícios em todos os processos, desde a produção até a entrega, para reduzir os custos operacionais.
- **Negociação com Fornecedores:** Buscar acordos mais vantajosos com os fornecedores para garantir preços mais baixos nas matérias-primas e componentes.
- **Eficiência Logística:** Melhorar a gestão da cadeia de suprimentos e a logística de entrega para reduzir os custos de transporte e armazenamento.
- **Economia de Escala:** Aumentar o volume de produção para aproveitar os benefícios da economia de escala e reduzir os custos unitários.

Justificativa:

Embora a Loja Fictícia Brasília se destaque mais pela diferenciação de produtos e qualidade, implementar uma estratégia de liderança de custos pode ajudar a aumentar a competitividade e a lucratividade da empresa. Reduzir os custos operacionais permitirá oferecer preços mais competitivos aos clientes, o que pode atrair um segmento mais amplo de consumidores, especialmente aqueles mais sensíveis ao preço.

Conclusão:

A Loja Fictícia Brasília possui uma base sólida com sua abordagem única de design, foco na qualidade e compromisso com a satisfação do cliente. No entanto, há áreas de oportunidade identificadas na análise interna e externa que podem ser aproveitadas para impulsionar o crescimento e a competitividade da empresa. Implementar estratégias defensivas, ofensivas, de sobrevivência e de reorientação, juntamente com a escolha adequada das estratégias de liderança de custos, diferenciação e foco, pode ajudar a Loja Fictícia Brasília a alcançar seus objetivos e se destacar no mercado de acessórios de moda.