

Estratégia Empresarial – Inteligência Artificial

Loja Fictícia (<http://www.lojaficticia.com>) é uma empresa que vende bolsas e acessórios para homens e mulheres de gama média-alta. Com apenas 1 ano de idade, este projeto foi criado por duas amigas, Meritxell e Nuria, apaixonadas pela moda e com plena orientação para a satisfação de seus clientes através dos seus produtos.

Duas mulheres empreendedoras com uma ideia em comum: criar acessórios pensando no conforto e com inovadores desenhos. Por esta razão, os seus produtos procuram diferenciação através da originalidade, uma vez que os seus estampados são visíveis tanto por dentro como por fora, criando um produto diferente.

Loja Fictícia se caracteriza pela venda on-line, através de uma web que tenta ser intuitiva, de fácil navegação e que, naturalmente, visibiliza de forma atraente suas bolsas e acessórios. A empresa também possui os seguintes serviços:

- Catálogo completo de seus acessórios para venda online.
- Sistema de filtragem por categoria e preço para personalizar a pesquisa.
- Ofertas e descontos temporários em alguns produtos.
- Método de pagamento aceito: Paypal.
- Formulário para que os clientes potenciais possam solicitar informações.
- Serviço de transporte 24-48 horas. Custo: 5€ (e outra parte assumida por Loja Fictícia Brasília). No entanto, realizam várias promoções que oferecem entregas totalmente gratuitas.
- Envios nacionais e internacionais (União Europeia), embora ainda não saibam bem como penetrar nos mercados internacionais.
- Blog "Stories by Loja Fictícia", onde relatam novidades e notícias relacionadas.
- Serviço de Newsletter (mediante assinatura com presente de boas-vindas).
- Acesso às suas páginas em RRSS: Facebook, Twitter, Instagram e Pinterest.

Outras informações de interesse:

- O capital humano é composto apenas por Meritxell e Nuria. Ambas têm um vasto conhecimento do setor da moda e novas tendências. Além disso, são licenciadas em direito, portanto, possuem um grande conhecimento em questões jurídicas.
- Alta participação, entusiasmo, desejo de crescer e atender às necessidades dos clientes no setor de moda e acessórios.
- Possuem consultores externos em diferentes áreas, tais como marketing, *Community Manager*, Posicionamento Web, contabilidade, fotografia, programação Web ou modelagem.
- Consciência clara da importância da presença de Loja Fictícia em redes sociais para obter um bom posicionamento no mercado.
- Poder reduzido de negociação do preço do serviço de transporte até à obtenção de uma série de remessas específicas mais elevadas.
- Estreita relação com os seus fornecedores. Atualmente trabalham com 20 fornecedores por causa dos diversos detalhes que os seus acessórios possuem. Os provedores são locais e *Eco Friendly*, contribuindo assim para a sustentabilidade e desenvolvimento do comércio local, embora isso possa ser traduzido em preços menos competitivos entre aqueles que trabalham com fornecedores de países de diferentes posturas em direitos trabalhistas.
- Todos os seus desenhos são próprios e feitos à mão em Brasília.
- A política de estoque é muito clara: Não trabalham sob petição de clientes. Preferem ter *superávit* para todos seus produtos estrelas e clássicos. Trabalharão somente na demanda para projetos caros ou para *Limited-Editions*.
- A nível financeiro, trabalham com uma Conta de Expansão Empresarial para PME com condições vantajosas em termos de comissões e de obrigações bancárias, mas não têm financiamento.
- Baseiam-se frequentemente na sua estratégia de participação em feiras e eventos para levar seu produto e sua marca a mais público, em pontos estratégicos como Brasília e diferentes cidades italianas vanguardistas na moda mais atual.

Atualmente Loja Fictícia enfrenta dura concorrência, sendo principais:

- Zubi (<http://zubidesign.com/es/>)
- Afortunadas (<https://shopafortunadas.com/tienda/>)

Meritxell e Nuria têm alguns objetivos prioritários relacionados com a obtenção da presença nas Redes Sociais e em aumentar suas vantagens competitivas em relação aos seus principais concorrentes. Elas consideram importante aumentar o número de assinantes na Web, para obter mais seguidores e ampliar a visibilidade, tentar novas formas de comunicação on-line (*get posting*, publicação de banners, colaboração com bloggers e outras empresas amigas nacionais e internacionais) e aumentar a conversão de vendas das promoções realizadas.

Embora tudo isso seja muito claro, nunca pararam para desenvolver um plano estratégico para ajudá-las a alcançar os principais objetivos de Loja Fictícia Brasília. Por esta razão, elas contatam com você para ajudá-las nessa tarefa.

PEDE-SE

1. **Criar a missão, visão e valores de Loja Fictícia Brasília.**

2. Com as informações fornecidas, se pede a realização de uma **análise interna** a partir da avaliação da web e de qualquer elemento interno mencionado no enunciado ou sobre o qual podemos inferir.
 - Descreva e aprofunde as **vantagens e desvantagens competitivas** da organização em relação aos concorrentes.
 - **Identifique os recursos tangíveis** (físicos e financeiros), **os recursos intangíveis e as capacidades existentes**.
 - Elabore uma **análise VRIO** dos recursos de Loja Fictícia Brasília.
 - Conclua o exercício com uma pequena matriz com **as Fortalezas e Debilidades** resultantes.

3. **Realize uma análise externa** (macroambiente microambiente) da situação atual.
 - **Análise PEST**
 - i. 4 elementos da estrutura econômica.
 - ii. 2 elementos da estrutura tecnológica.
 - iii. 2 elementos da estrutura política.
 - iv. 2 elementos da estrutura social.

 - **Análise das 5 forças de Porter**
 - i. Poder de negociação dos fornecedores.
 - ii. Poder de barganha do consumidor.
 - iii. Ameaça de incorporação de produtos substitutos.
 - iv. Ameaça de entrada de novos concorrentes.
 - v. Rivalidade entre concorrentes.

 - Conclua o exercício com uma pequena matriz que reflita as **oportunidades e ameaças** resultantes.

4. De acordo com as **Debilidades, Fortalezas (análise interna), Oportunidades e Ameaças (análise externa)** proponha o seguinte:

- Estratégia Defensiva.
- Estratégia Ofensiva.
- Estratégia de Sobrevivência.
- Estratégia de Reorientação.

5. Faça um **BSC em forma de matriz**.

6. Com suporte da contribuição de Michael Porter, você deve **propor e justificar o seguinte (uma de cada)**:

- Estratégia de Liderança de Custos.
- Estratégia de Diferenciação.
- Estratégia de Foco.