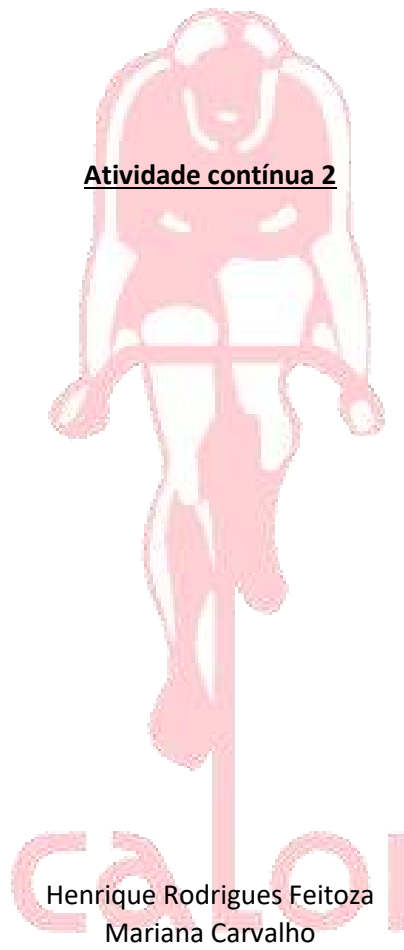


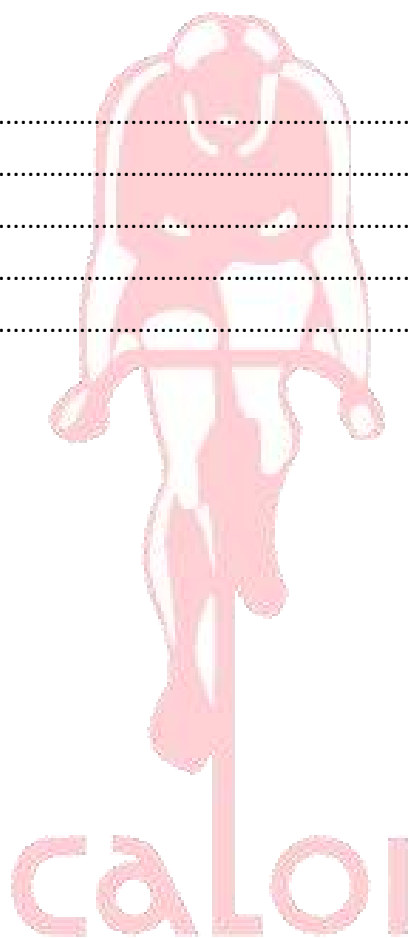
Atividade contínua 2



Henrique Rodrigues Feitoza
Mariana Carvalho

Sumário

Sobre a Caloi.....	3
Plano de negócio Caloi	3
Organograma Caloi.....	3
Perguntas	4
Referência bibliográfica.....	6



Empresa: Caloi

Sobre a Caloi

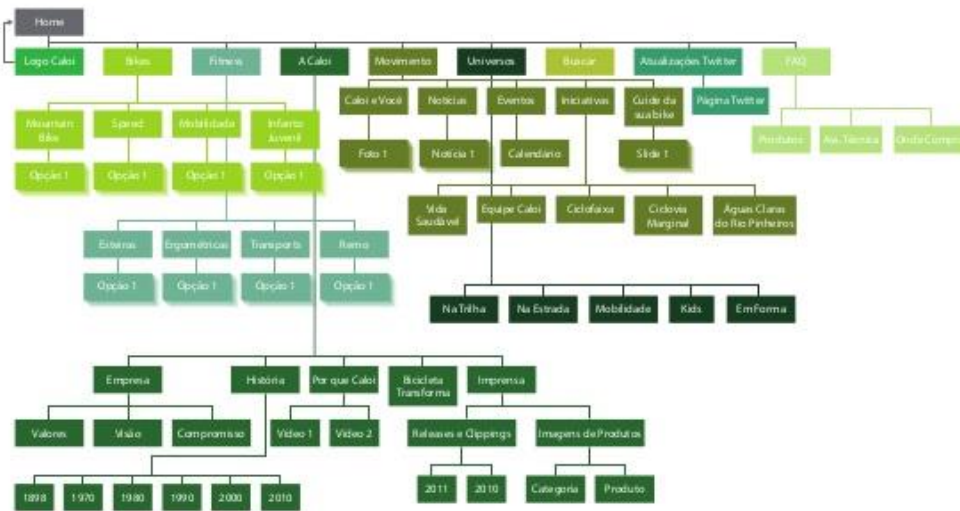
A Caloi escreve a história da bicicleta no Brasil. A Caloi e está na memória de gerações e gerações de brasileiros. Sejam eles ciclistas profissionais ou não. Uma longa história contada por bicicletas que fizeram e fazem parte do dia a dia de muita gente. Pessoas que, como nós, sabem que pedalar significa mais saúde, mobilidade inteligente, esporte e competitividade. Uma tradição de mais de 120 anos. Ser sinônimo de bicicleta nos enche de orgulho. Cada nova pedalada aumenta nossa história e nos leva mais longe e mais alto.



Plano de negócio Caloi

FORÇAS <ul style="list-style-type: none">• Conhecimento da marca;• Exportação estruturada;• Capacidade produtiva;• Escalabilidade;• Mix variados de bicicletas;• Alta penetração de mercado;• Marca tradicional.	FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none">• Site desatualizado;• Baixa personalização;• Marca não associada ao fashion;• Pouco contato direto com o cliente;• Poucos parceiros estratégicos;• Baixa ativação de marca.
OPORTUNIDADE <ul style="list-style-type: none">• Aumento dos hábitos saudáveis;• Valorização do dólar no Brasil;• E-commerce;• Aumento efeito estufa;• Ascensão do vintage;• Congestionamento do trânsito nos grandes centros urbanos.	AMEAÇA <ul style="list-style-type: none">• Outros meios de transportes sustentáveis;• Concorrentes ganhando espaço;• Terceirização do serviço;• Violência urbana.

Organograma Caloi



30

Perguntas

01 – Quais os impactos do ambiente externo, como inflação, juros altos, desemprego, redução do consumo, crise econômica, valorização do dólar, coronavírus, na empresa?

Todos esses fatores externos impactaram muito na demanda de produtos (no caso da empresa em que trabalho, bicicletas). No início da pandemia, as fabricas fecharam devido ao cenário e, ao contrário do que esperávamos, a procura por bicicletas aumentou muito. Com a produção de bicicleta parada e a alta demanda, os fornecedores aumentaram o preço dos produtos devido à alta do dólar.

02 – Como os fatores citados na questão 01 afetam a sua empresa (modo positivo ou modo negativo)?

No começo da pandemia afetaram negativamente pois os estoque acabaram e com a fabricação de bicicletas paradas, tivemos que procurar outras alternativas de satisfazer a demanda. Agora, com uma maior e melhor adaptação ao cenário do Corona vírus, as fábricas voltaram a operar e estamos conseguindo suprir a demanda que só cresce e tende a crescer cada vez mais.

03 – EXPLIQUE como a empresa procura adaptar-se às mudanças do seu ambiente externo, considerando as variáveis anteriormente citadas.

Nós tentamos nos adaptar através daquilo que está ao nosso alcance. Por exemplo, com os fornecedores aumentando os preços do produto (pela cotação ser feita em dólar) e o prazo de entrega, tivemos que repassar esse aumento do dólar para alguns de nossos produtos e aumentar o ritmo da produção depois que a fábrica voltou a operar, para poder suprir minimamente a demanda que cresceu.

04 – EXPLIQUE o que a empresa está fazendo para superar os desafios competitivos.

Nós sempre buscamos analisar a concorrência e salientar para o consumidor o nosso diferencial, como qualidade superior, preço mais baixo, componentes, etc. Um projeto muito

legal que surgiu no meio da pandemia foi a fabricação de uma bike urbana (em parceria com um grande varejista), e todos os lucros serão revertidos ao Projeto Florescer, que melhora a situação do acesso à água e ao saneamento básico, questão que ficou mais evidente com o Corona vírus.

05 – EXPLIQUE o que a liderança (chefias) dentro da empresa está fazendo para permitir que a empresa consiga enfrentar o momento desafiador que está passando o país.

A liderança tenta mostrar para nós que o cenário futuro é um cenário promissor com relação às bicicletas, e isso motiva todos nós de certa forma. Além disso, eles deixam os funcionários bem a vontade para fazerem o que é confortável para eles. O retorno ao escritório é optativo, então vai quem se sente confiante com isso e não muda em nada a relação daqueles que ainda continuam em casa.

05 – EXPLIQUE como os recursos internos da organização, como a qualificação dos funcionários, e preparação e experiência, e o conhecimento que apresentam em relação aos produtos da empresa, aos seus clientes e ao mercado em que a empresa atua, afeta a capacidade da empresa em competir no mercado.

A empresa conta com profissionais muito bem capacitados e que entendem muito do mundo da bike. Nós temos treinamentos constantes sobre componentes, sobre material, sobre os pontos positivos de cada modelo e isso é repassado para os revendedores de outros estados, para que eles possam ser capazes de realizar uma venda com confiança. Nós também estamos em contato direto com os clientes, ajudando caso seja necessário.

06 – EXPLIQUE o que a empresa faz para acompanhar as mudanças do ambiente competitivo do mercado.

Todos os meses nós analisamos o que a concorrência tem feito como: lançamento de um novo produto, variação no preço do produto, projetos novos e o que eles envolvem e daí reportamos isso para gerentes e diretores.

07 – EXPLIQUE como a empresa faz para acompanhar a ação da concorrência.

Através dos sites dos nossos concorrentes e mídias sociais (Instagram, Facebook, Twitter, etc).

08 – Quem são os responsáveis (pessoas e/ou áreas) pela elaboração das estratégias organizacionais da empresa?

Na verdade, todas as áreas como um todo. Todas as ideias, estratégias e afins são conversadas dentro de cada time, depois encaminhadas para o RH e depois, para a diretoria.

09 – Como o planejamento estratégico é elaborado dentro da organização?

Juntando todos os pontos importantes de cada área e analisando o mercado de bicicletas e a concorrência.

10 - O que é observado no momento da elaboração do P.E.?

Não sei dizer

11 – Por que a empresa faz Planejamento Estratégico?

Para poder ter um melhor posicionamento no mercado, além de poder avaliar demanda, decisões a serem tomadas em momentos de crise e ter uma melhor identidade na mente do consumidor.

Referência bibliográfica

Website Fixie - Metodologia Projeto E. Slinshare, 2014. Disponível em: < <https://pt.slideshare.net/isabelaloeper1/website-fixie-metodologia-projeto-e> >. Acesso em: 18, setembro e 2020.

Caloi by annie. slideshare, 2020. Disponível em: < <https://www.slideshare.net/MarianaFerreiraPita/caloi-by-annie> >. Acesso em: 18, setembro de 2020.

