



UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**<Ciências Contábeis>**

**<Marketing>**

**<Administração>**

**<Processos Gerenciais>**

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
**<MSD Marmitas>**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
<Processos Gerenciais / Administração / Marketing / Ciências  
Contábeis>

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
**<MSD Marmitas>**

**MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

**Estudantes:**

Ana Laura Mendes Aliende, RA 1012023100192  
Helton Lupércio Maciel, RA 1012023100055  
Sabrina Rodrigues Damasceno, RA 1012022100487  
Jessica Pereira de Oliveira, RA 1012023100261  
Camilla de Fatima Silva, RA 10120221320

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
JUNHO, 2023

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	10
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	12
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	13
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	13
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	15
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>15</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>16</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>16</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>16</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de empreendimento, onde fará a exposição e descrição de uma empresa do Simples Nacional (modalidade escolhida), quais serão seu ramo e atividade, seu quadro social, sua estrutura, sua rede, seu mercado e tudo que envolva ou possa envolver a contextualização geral da empresa como uma empresa atuante no mercado brasileiro (ainda que em um exercício hipotético).

A empresa a ser descrita se chama “MSD MARMITAS” (nome fantasia do MEI), que atuará no ramo alimentício, mais especificamente no segmento de alimentos prontos ou pré-prontos, chamados cotidianamente de marmitas. A Microempreendedora individual (empresária) que exercerá as atividades atuará sozinha, sem demais sócios, e a sede empresarial será em seu próprio endereço residencial, onde a mesma terá infraestrutura completa para a montagem, armazenamento e entrega do produto.

A proposta da atividade funcionará da seguinte forma: uma pessoa teria uma dieta ou um cardápio próprio, e entregaria para dona Cida (Empresária titular da MSD-MARMITAS) apenas os alimentos com o cardápio e a dieta (ingredientes, calorias e combinações), e caberia a ela cozinhar os alimentos (quando necessário) e montar nas marmitas, seja de acordo com um cardápio ou de acordo com a dieta de uma pessoa. Os diferenciais dessa proposta de empreendimento é que ela poderia ter diversos tipos de clientes, como pessoas, academias, restaurantes, fábricas, hospitais, creches, escolas e quaisquer demais consumidores de alimentos; a atividade da empresa não precisa de auxílio ou contratação de um(a) nutricionista, pois as receitas, ingredientes e gramaturas já seriam entregues devidamente descritos pra ela, sendo indicados pela nutricionista do restaurante, ou da pessoa ou do hospital; trabalhará com quaisquer ingredientes, podendo atender os clientes

com altos padrões de alimentos e receitas e até mesmo os mais simples com custo reduzido; a empresa também faria os serviços adicionais de entrega das marmitas (Via app próprio ou demais) prontas no domicílio ou local, com as opções de entrega-las congeladas ou frescas. Em caso de fábricas ela poderia trabalhar com as marmitas reutilizáveis da fábrica, por exemplo. A estrutura do trabalho seria na própria casa, fazendo somente a aquisição de um freezer separado, e trocando seu fogão por um fogão industrial, fazendo todas as marmitas nos melhores padrões de higiene e segurança alimentar.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

O Empreendimento MDS Marmitas surgiu através do trabalho da Dona Cida, responsável pela criação do espaço, que funciona como um “mini” restaurante para a produção das marmita, feitas em sua própria residência, tendo como diferencial, o fato de que as refeições podem ser confeccionadas com quaisquer ingredientes, sejam eles fitness ou não, e as marmitas podem ser prontas ou personalizadas, de acordo com cada consumidor, onde são livres para enviar suas dietas elaboradas por seus nutricionistas, suas preferências e gostos específicos, criando assim, um atendimento personalizado e individual que centraliza informações sobre cada cliente e reduz o risco de erro, através das redes sociais e do aplicativo MSD Marmitas uma nova tecnologia (FoodTech) , que atende a pessoas de toda a cidade e região, trazendo maior conforto/ comodidade, facilitando o dia a dia dos clientes e inovando a produção e distribuição de marmitas dentro da organização .

A empresa atua no ramo alimentício desde o início de 2019, oferecendo aos seus consumidores, refeições de qualidade e com preço justo, tendo como consequência o surgimento de diversos concorrentes, entre eles outros restaurantes, marmitarias, empresas de delivery e etc.

Em 2020 Dona Cida como empreendedora nata, adotou em sua empresa o sistema de delivery próprio, devido a pandemia, que interferiu muito no modo de viver, pensar e se alimentar de cada pessoa e como resultado, Dona Cida teve grande aumento em sua demanda pedidos e clientes, realizando entregas em vários locais, como hospitais, creches, escolas, outras empresas e etc, conquistando seus objetivos e alcançando mais fregueses.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

#### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

Temos a gestão empreendedora exercendo o papel de gerir o negócio sendo um dos principais pilares do empreendedorismo, quando bem utilizada e desfrutando de diversas estratégias tecnológicas, é capaz de facilitar e automatizar os processos dentro de uma empresa.

É certo que uma boa gestão empreendedora possui como principal objetivo alcançar melhorias para a administração do negócio em questão, de modo a aplicar novos hábitos com o intuito de facilitar o desempenho econômico da empresa.

A empresa MSD Marmitas aplicou uma boa gestão empreendedora quando desenvolveu seu delivery próprio em meio a pandemia, isso porque, considerando a situação de calamidade pública, bem como a impossibilidade de manter um restaurante aberto, devido ao critérios de isolamento, foi uma forma de facilitar a vida do consumidor e promover a ascensão econômica de seu negócio.

Atualmente, tem como objetivo promover ainda mais o bem estar do consumidor, considerando que, uma alimentação balanceada é o desejo da maior parte da população, bem como que cada um tenha suas especificidades alimentares, promover que o consumidor tenha essa autonomia para optar pelo cardápio que deseja é inovador. Além disso, a estratégia adotada pela empresa

proporcionará melhorias para vários públicos, como hospitais, escolas, creches, empresas, entre outros, tendo em vista que promover essa autonomia do consumidor é um atrativo de extrema importância no ramo alimentício.

Por fim, garantir que o consumidor encontre na empresa bem estar e autonomia é a chave para que o negócio seja referência no ramo alimentício, tendo a tecnologia como aliada, tendo em vista que será desenvolvida a estratégia “Food Tech”, para ampliar o atendimento e a satisfação do consumidor.

### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

As principais competências de um empreendedor baseia-se na responsabilidade, inovação, comprometimento, que acredita em seu trabalho e está disposto a correr riscos. Para um empreendedor, estar aberto a novas mudanças e novas ideias é de suma importância para que tenha êxito em seu trabalho.

Baseado em nossa empresa MSD-MARMITAS, algumas questões importantes é o conhecimento e a experiência do empreendedor, o conhecimento na área gastronômica será fundamental para o sucesso, seja um curso de culinária, especializações específicas em alimentação saudável, conhecimento de culturas diferentes, todos esses tópicos agregam para uma empresa comprometida e de sucesso. Experiências anteriores na área gastronômica são essenciais para que o empreendedor se baseie e possa tanto evitar erros como ter grandes acertos em seu negócio.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

São variadas as possibilidades de capital que um empreendedor pode usufruir no início de sua jornada, sendo o capital próprio uma delas. Utilizar-se de linhas de crédito é um caminho adotado no mercado quando as fontes de capital são escassas e o empreendedor possui crédito liberado para usufruir a qualquer momento, entretanto, é indispensável a ponderação do custo

benefício de um empréstimo para o negócio em questão, sendo certo que quando bem utilizado promove o desenvolvimento da empresa logo no início.

Outra fonte de capital são as empresas de factoring, modalidade que permite que você financie faturas de pagamento lento, o que proporciona à sua empresa capital de giro imediato.

Temos também o leasing que é uma espécie de financiamento de equipamentos necessários, através de empresas que alugam esses equipamentos por um valor mensal, para que após o pagamento seja possível adquirir o equipamento em questão.

A empresa MSD Marmitas utilizará como fonte de capital recurso de terceiro, qual seja, linha de crédito, denominado crédito para capital de giro, por ser uma modalidade ofertada em muitas instituições bancárias, bem como por evitar que a empresa entre em endividamento, pois, possibilita que a empresa continue suas operações ainda que em período de baixo faturamento.

Os benefícios do capital de giro são variados, sendo certo que a garantia da saúde financeira da empresa é o que motivou que fosse essa a escolha do empreendedor, isso porque, mantém os estoques, mantém os fornecedores em dia, os impostos, bem como os demais gastos operacionais do empreendimento.

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**

A proposta do novo empreendimento apresenta-se como algo novo, mas uma inovação proposta diante do cenário alimentício brasileiro, trazendo tecnologias e inovações técnicas em escala reduzida, porém trazendo uma gama extensa de opções e atributos de serviços quando comparada a concorrentes tradicionais do cenário atual, o que se considera também um tipo de inovação. Além da inovação comparativa da proposta da empresa, ela também se mostra uma proposta inovadora pela maneira com que a relação se dá (entre

consumidor e empresa) trazendo uma relação cheia de possibilidades e opções, explorando a inovação na relação Cliente-Empresa.

A MSD-MARMITAS é uma empresa que faz a o preparo e montagem exclusiva das refeições propostas, com os ingredientes, gramatura, combinações e preparos específicos do pedido, diferentemente de marmitas tradicionais, as quais dão opções variadas de refeições, mas sem as opções personalizadas e específicas que envolvem a refeição, como a qualidade, variedade, peso e preparo dos ingredientes. É a sua refeição feita exclusivamente para você.

A proposta atende uma gama infinita de clientes, em se tratando de pessoas por exemplo, temos as pessoas que preferem marmitas pela redução de custos, outras preferem as marmitas pois não tem o costume de cozinhar (seja pela vontade ou falta de estrutura), outras já optam por elas para otimizar tempo, e ainda temos as pessoas que comem fora de suas residências, que necessitam dessa categoria de alimentação.

As refeições são um produto com confecção 100% personalizada, trazendo um diferencial considerável. As diversas opções de clientes e consumidores também é uma vantagem em relação à concorrência, visto que o público alvo pode ser escolhido, mas sem perder todos os demais públicos.

A MSD MARMITAS inova o mercado alimentício a partir da proposta de atender exclusivamente e personalizadas a todos os seus clientes, independente do investimento que eles façam, desde os mais reduzidos aos mais elevados, trazendo algo unicamente inovador.

Por último, a MSD marmitas possui mais uma vantagem competitiva sobre as demais concorrentes, ela conta com serviços de divulgação e entregas viabilizados por mais de um App, sendo usados pelos clientes tanto o app próprio da MSD MARMITAS quanto os aplicativos de alimentos tradicionalmente utilizados. A utilização desta estratégia se deu na intenção de captar o maior número de clientes com toda variedade e praticidade nos pedidos, apesar de haver variações nos recebimentos de Dona Cida, devido às

diferenças de taxas do app e das entregas, ela estará sempre vendendo e atendendo aos clientes, criando assim uma figura de fidelização.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

A MSD-MARMITAS traz como estratégia o investimento em marketing nas redes sociais para alavancar as vendas das marmitas.

O marketing estará voltado para atender as necessidades das pessoas adotarem hábitos saudáveis na alimentação, e o seu alvo será as pessoas que trabalham fora e na pressa do dia a dia acabam comendo fast food todos os dias, trazendo riscos a sua saúde.

Como estratégia o facebook e o Instagram serão as redes sociais que vamos trabalhar na divulgação das marmitas. Todos os dias como padrão as publicações serão feitas logo pela manhã, para chamar a atenção dos clientes sobre o cardápio do dia e também como lembrete para quem não fez o pedido da marmita.

As páginas estarão sempre atualizadas com foto da refeição, cardápio do dia, informações nutricionais das marmitas.

Um diferencial na MSD- MARMITAS é a opção de encomenda de comida para pequenos eventos como batismo, casamentos civis como recepção intimista para poucos convidados. O cliente iria contratar a excelente comida que será feito com bastante sabor e praticidade para não precisar preocupar-se com a comida do evento

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

A MSD-MARMITAS é uma empresa familiar, tem como administradora e gestora principal a Dona Cida, que além de cozinheira e preparadora dos alimentos é uma empresária nata e promissora.

Como empresária dedicada ela pode rapidamente se fazer valer de uma oportunidade (a alta demanda de alimentação rápida, transportável, saudável e acessível) e sobre esta aplicar suas maiores qualidades e força (Dona Cida cozinha desde seus 14 anos, se mostrando uma cozinheira muito experiente e versátil), tendo então a brilhante ideia de abrir seu próprio negócio.

A estratégia empresarial de Dona Cida era a seguinte: “atender a todas as pessoas que necessitam deste tipo de alimentação, e apresentar este tipo de alimentação às pessoas que ainda não conhecem, ou não fazer seu consumo usual no dia a dia”. A estratégia é simples quando interpretada apenas literalmente, entretanto é extremamente útil e valiosa.

Quando a estratégia fala em atendimento, ela intrinsecamente explora todas as formas de atendimento, ou seja, atender com o melhor produto, atender no tempo mais hábil, atender com o melhor preço e ainda oferecer benefícios como descontos por fidelidade, recorrência ou grandes pedidos. E em se falando em apresentação, a estratégia de Dona Cida foca em levar a ideia às pessoas de que suas marmitas teriam um melhor custo-benefício do que se estas mesmas pessoas estivessem se alimentando de forma diversa, comendo outros tipos de alimento ou até mesmo cozinhando em casa.

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

**Missão:** A missão de uma empresa está destinada a existência da empresa, o porque ela existe, qual sua finalidade, nesta parte é descrita a criação, para quem e onde a empresa irá se adequar.

**Visão:** A visão nada mais é do que criar, imaginar e estudar sobre o futuro da empresa, aonde ela irá chegar, quais as metas e planos futuramente.

**Valores:** Os valores são princípios e crenças que servirão de base para atitudes, comportamentos de um indivíduo dentro da empresa. Quais são os

valores que uma empresa acredita ser fundamental para o próprio alcance do sucesso.

É de suma importância que toda a organização (colaboradores) façam parte, conheçam, entendam e concordem com a finalidade de cada missão, visão e valores da empresa, assim todos caminham para o mesmo objetivo, gerando eficácia e eficiência no planejamento estratégico junto a esses 3 componentes.

Será descrito sobre a franquia da Cacau Show de São João da Boa Vista:

A missão desta empresa é transformar a vida das pessoas através de seus produtos finos, fazer pessoas mais felizes através de um atendimento de excelência com amor e empatia.

A visão desta franquia é ultrapassar a quantidade de clientes dos anos anteriores, ser a empresa com a melhor avaliação de seus clientes e ser a melhor empresa para trabalhar na região.

Os principais valores são o comprometimento, a satisfação dos clientes, criatividade e inovação.

A empresa Amazon descreve sua missão como ser a maior empresa mundial, tendo em vista o maior número de clientes onde possam comprar tudo que for possível através de sua empresa.

A visão é que as vendas sejam rápidas, de fácil acesso e segura a seus clientes.

Os valores são a inovação, criatividade e responsabilidade.

### **3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO**

A missão da MSD-MARMITAS é fazer a entrega da alimentação exatamente escolhida pela pessoa, no formato adequado, com excelência em qualidade, em tempo hábil e por um valor honesto.

Sua visão é a de que todas as pessoas podem ter uma alimentação personalizada e de qualidade entregue para o seu dia a dia. O custo dos alimentos não é um impeditivo, pois a proposta da empresa é entregar qualquer menu escolhido, pois os ingredientes são os mais variados dando infinitas opções de entrega para os clientes. Além do fator custo, o fator variedade se mostra uma excelente qualidade da MSD-MARMITAS, visto que as marmitas podem atender a uma pessoa que se alimenta de maneira restritiva (com intolerância, alergias, restrições), de maneira regrada (atletas), ou até mesmo de maneira livre, optando por menus que vão lhe atender em diversas áreas da gastronomia.

Os valores da MSD MARMITAS giram em torno de praticidade, qualidade, responsabilidade e honestidade.

A proposta de entrega das marmitas funciona de maneira versátil e útil a todos os clientes, desde os que precisam comer fora de casa e fazer a refeição de forma rápida, até os que farão seu consumo no conforto de casa, mas não são tão afeiçoados pela atividade na cozinha, sendo um produto extremamente valioso ao cotidiano do brasileiro.

A qualidade do produto é sempre a mesma, os alimentos preparados nos mais altos padrões de higiene e segurança alimentar, aliados com a responsabilidade de entregar ao cliente exatamente o que ele pediu.

A precificação do produto também é um destaque na honestidade do negócio, sendo diretamente atrelada a proposta do cliente, seus ingredientes e sua qualidade, trazendo uma refeição digna e justa para todo e qualquer cliente.

Por último, outro valor importantíssimo para a MSD MARMITAS é o comprometimento social com a atividade de sua empresa, enxergando a importância e fundamentalidade de uma alimentação digna para todos a MSD MARMITAS se compromete a auxiliar projetos sociais, confeccionando diversos tipos de marmitas com alimentos doados e arrecadados por instituições de caridade, para que os mesmos sejam doados a moradores de rua, abrigos, clínicas de reabilitação e casas de repouso indicadas por estas instituições, sem que seja cobrado nenhum custo.

### **3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

É necessário reconhecer algumas características, além de pontos fortes e fracos para um melhor desenvolvimento pessoal e profissional .

Praticar o autoconhecimento influencia diretamente na oportunidades ao longo do tempo, exemplo, a criação de um negócio próprio ou ações dentro de uma organização, além disso, adquirir conhecimentos externos como cursos e estudos, ajuda no melhor desempenho profissional, a fim de alcançar objetivos e metas, como a geração de fonte de renda e independência financeira .

#### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

Baseado nos conhecimentos disponibilizados pela apostila, podemos ressaltar 4 pontos de suma importância, onde nota-se que, para a criação de um empreendimento é necessários que o responsável pela organização tenha conhecimento sobre a cultura empreendedora, além de realizar uma autoanálise e ressignificar diversas questões, sejam profissionais ou pessoais, com o objetivo de definir suas missões de vida e valores. São eles:

##### **Tópico 1: Autoconhecimento: eu, caçador de mim**

É importante a realização de uma análise FOFA (SWOT) para identificar seus pontos fortes e fracos, além das perspectivas internas (Fatores que podem contribuir ou limitar o seu alcance) e externas (Fatos externos que influenciam

no seu modo de pensar e agir), reconhecendo suas Forças pessoais e profissionais; Oportunidades à sua volta (Criar um empreendimento ou evoluir dentro de uma organização, alavancando a sua carreira profissional); Fraquezas (Características e crenças que podem influenciar na vida profissional); Ameaças (Concorrentes ou pessoas que podem apresentar maior facilidade e desenvolvimento técnico), realizando uma Gestão do conhecimento pessoal.

### **Tópico 2: Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve.**

Para nos auxiliar na tomada de decisão e iniciativa, devemos criar um planejamento, colocando diversas ideias, metas, opiniões ou até oportunidades que desejamos criar ao longo da vida, de acordo com nossos propósitos e opiniões, sem o uso de críticas ou questionamentos negativos, sendo o mais criativo e visionário possível, apresentando cursos, formas de adquirir conhecimento ou até, como se relacionar, após isso, filtrar alguns fatos, selecionando os mais viáveis, para um melhor desempenho e alcance de objetivos ao longo do tempo, como por exemplo a abertura de um negócio próprio.

### **Tópico 3: Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração.**

Existem algumas técnicas que nos auxiliam a alcançar objetivos profissionais, dentre elas a SMART, que ajuda na criação de metas claras e específicas, além do reconhecimento das áreas de atuação desejadas, conhecendo o nível de competição dentro dela, e quais ações devem ser executadas para que sejam possíveis de atingir, outra técnica utilizada é a 5W2H, que ajuda a criar um cronograma com ações a serem seguidas á curto prazo, rumo aos objetivos apresentados reduzindo riscos e aumentando o foco na qualidade, por exemplo comprar uma casa, conquistar o emprego dos sonhos.

### **Tópico 4: Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado**

Quando traçamos metas, a criação de alguns indicadores tornam-se necessários para ajudar no alcance do que é almejado, a fim de acompanhar a evolução do que foi feito e analisar as medidas de desempenhos criadas durante o processo, norteadas assim, as metas estabelecidas anteriormente, temos como exemplo o fato de querer emagrecer, sendo necessário estabelecer uma meta de quantos quilos deseja perder em um determinado período de tempo, e após isso, comparar o que realmente foi feito, com o que era o objetivo desejado.

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

No vídeo, abordamos os pontos principais sobre análise SWOT do empreendimento MDS Marmitas.

Sendo assim podemos destacar alguns pontos principais dessa análise, entre eles: Seus pontos fortes, fraquezas, ameaças e oportunidades e abordando exemplos de situações do dia-a-dia que interferem na organização.

**Link De Acesso do Vídeo:**

**[https://www.youtube.com/watch?v=00IKp9rb3\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=00IKp9rb3_Y)**

## **4. CONCLUSÃO**

Baseado no estudo realizado, trouxemos o empreendimento MDS Marmitas, onde realizamos uma nova proposta como empreendimento, trazendo conceitos importantes, exemplo a Análise SWOT da organização.

A MDS Marmitas traz o empreendedorismo como algo importante, atuando de forma atualizada no mercado, oferecendo diversos canais de atendimento aos seus clientes, além de seu aplicativo, resultando em uma maior diversidade e qualidade em suas marmitas.

Pode-se concluir que, a MDS Marmitas faz parte da cultura empreendedora, onde percebemos a suma importância do incentivo à tal prática, que resulta na contribuição para geração de emprego, novas fontes de renda e inovação no mercado de trabalho, contribuindo para o desenvolvimento econômico do país,

além de ser um empreendimento que atua de forma atualizada no mercado através de seu aplicativo, oferecendo a seus clientes diversidade e qualidade em suas marmitas.

## REFERÊNCIAS

<https://www.gobacklog.com/blog/foodtech-o-desenvolvimento-tecnologico-no-se-tor-de-alimentos/>

<https://www.easycomtec.com/inovacao-tecnologica-e-empendedorismo-como-uni-las-para-crescer>

[https://cdn.administradores.com.br/app/uploads/2022/01/29174106/academico\\_2140\\_190226\\_154834.pdf](https://cdn.administradores.com.br/app/uploads/2022/01/29174106/academico_2140_190226_154834.pdf)

## ANEXOS

### RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

#### RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> ESCOLA DE NEGÓCIOS
<b>CURSO:</b> CIÊNCIAS CONTÁBEIS
<b>MÓDULO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF. DANILO MORAIS DOVAL e PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

<b>ESTUDANTE: HELTON LUPERCIO MACIEL</b>
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE</b>

<b>2. DESENVOLVIMENTO</b>	
O projeto envolveu a criação de um negócio, uma empresa do ramo alimentício que tem como a atividade a confecção e montagem de refeições personalizadas para todo tipo de público.	
Os desafios do projeto foram encontrar possibilidades e exemplos reais de empreendimentos mas trazendo juntamente fatores inovadores que levassem a ideia a um patamar elevado de diferenciação em competitividade no mercado	
A definição do tema/ideia foi debatida por uma semana entre os membros e então decidida em conjunto, pela ideia da empresa alimentícia MSD MARMITAS. Após a definição do tipo de negócio a ser desenvolvido no projeto, o grupo fez a alimentação semanal dos conteúdos dos tópicos.	
O grupo possui comunicação diária, uma vantagem para a atualização do andamento do projeto e alinhamento das ações dos membros. Além da comunicação cotidiana foram feitas 2 reuniões telepresenciais, para definir as responsabilidades dos membros com os tópicos e alinhamento de conteúdos.	
O aspecto mais positivo que envolve este projeto foi o uso de conhecimento e experiências pessoais dos membros, visto que todos já tiveram contato, ainda que relativo, com empresas alimentícias, seja como consumidores, prestadores ou empresários.	
O grupo encontrou dificuldade em criar inovações e diferenciações de concorrência para a ideia, visto o ramo alimentício ser tradicionalmente consolidado no Brasil e o país receber infinitas ideias de inovação e franquias internacionais pela globalização empreendedora.	
Os resultados do grupo se mostram plenamente reais e usuais, com uma ideia executável desde níveis básicos aos mais complexos envolvendo finanças e infraestrutura.	
A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.	
<b>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
1012023100055	HELTON LUPÉRCIO MACIEL
1012023100261	JESSICA PEREIRA DE OLIVEIRA

1012023100192	ANA LAURA MENDES ALIENDE
1012022100487	SABRINA RODRIGUES DAMASCENO
10120221320	CAMILLA DE FATIMA SILVA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> ESCOLA DE NEGÓCIOS
<b>CURSO:</b> ADMINISTRAÇÃO
<b>MÓDULO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF. DANILO MORAIS DOVAL - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
<b>ESTUDANTE:</b> JÉSSICA PEREIRA DE OLIVEIRA
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2 TRIMESTRE

<b>5. DESENVOLVIMENTO</b>
O projeto envolveu a criação de um negócio, uma empresa do ramo alimentício que tem como a atividade a confecção e montagem de refeições personalizadas para todo tipo de público.
Os desafios do projeto foram encontrar possibilidades e exemplos reais de empreendimentos mas trazendo juntamente fatores inovadores que levassem a ideia a um patamar elevado de diferenciação em competitividade no mercado
A definição do tema/ideia foi debatida por uma semana entre os membros e então decidida em conjunto, pela ideia da empresa alimentícia MSD MARMITAS. Após a definição do tipo de negócio a ser desenvolvido no projeto, o grupo fez a alimentação semanal dos conteúdos dos tópicos.

O grupo possui comunicação diária, uma vantagem para a atualização do andamento do projeto e alinhamento das ações dos membros. Além da comunicação cotidiana foram feitas 2 reuniões telepresenciais, para definir as responsabilidades dos membros com os tópicos e alinhamento de conteúdos.

O aspecto mais positivo que envolve este projeto foi o uso de conhecimento e experiências pessoais dos membros, visto que todos já tiveram contato, ainda que relativo, com empresas alimentícias, seja como consumidores, prestadores ou empresários.

A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.

Os resultados do grupo se mostram plenamente reais e usuais, com uma ideia executável desde níveis básicos aos mais complexos envolvendo finanças e infraestrutura.

A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.

#### 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012023100192	ANA LAURA MENDES ALIENDE
1012023100261	JESSICA PEREIRA DE OLIVEIRA
1012023100055	HELTON LUPÉRCIO MACIEL
1012022100487	SABRINA RODRIGUES DAMASCENO
10120221320	CAMILLA DE FATIMA SILVA

### RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

#### 7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** ESCOLA DE NEGÓCIOS

**CURSO:** Tecnólogo em Marketing

**MÓDULO:** BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** PROF. DANILO MORAIS DOVAL e PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

**ESTUDANTE:** ANA LAURA MENDES ALIENDE

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 2º Trimestre

## 8. DESENVOLVIMENTO

O projeto envolveu a criação de um negócio, uma empresa do ramo alimentício que tem como a atividade a confecção e montagem de refeições personalizadas para todo tipo de público.

Os desafios do projeto foram encontrar possibilidades e exemplos reais de empreendimentos mas trazendo juntamente fatores inovadores que levassem a ideia a um patamar elevado de diferenciação em competitividade no mercado

A definição do tema/ideia foi debatida por uma semana entre os membros e então decidida em conjunto, pela ideia da empresa alimentícia MSD MARMITAS. Após a definição do tipo de negócio a ser desenvolvido no projeto, o grupo fez a alimentação semanal dos conteúdos dos tópicos.

O grupo possui comunicação diária, uma vantagem para a atualização do andamento do projeto e alinhamento das ações dos membros. Além da comunicação cotidiana foram feitas 2 reuniões telepresenciais, para definir as responsabilidades dos membros com os tópicos e alinhamento de conteúdos.

O aspecto mais positivo que envolve este projeto foi o uso de conhecimento e experiências pessoais dos membros, visto que todos já tiveram contato, ainda que relativo, com empresas alimentícias, seja como consumidores, prestadores ou empresários.

O grupo encontrou dificuldade em criar inovações e diferenciações de concorrência para a ideia, visto o ramo alimentício ser tradicionalmente consolidado no Brasil e o país receber infinitas ideias de inovação e franquias internacionais pela globalização empreendedora.

Os resultados do grupo se mostram plenamente reais e usuais, com uma ideia executável desde níveis básicos aos mais complexos envolvendo finanças e infraestrutura.

A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.

## 9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012023100192	ANA LAURA MENDES ALIENDE
1012023100261	JESSICA PEREIRA DE OLIVEIRA
1012022100487	SABRINA RODRIGUES DAMASCENO

1012023100055	HELTON LUPÉRCIO MACIEL
10120221320	CAMILLA DE FATIMA SILVA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> ESCOLA DE NEGÓCIOS
<b>CURSO:</b> PROCESSOS GERENCIAIS
<b>MÓDULO:</b> BRAINSTORMING EMPRESARIAL
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF. DANILO MORAIS DOVAL e PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE
<b>ESTUDANTE:</b> SABRINA RODRIGUES DAMASCENO
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> 2º TRIMESTRE DE 2023

<b>11. DESENVOLVIMENTO</b>
O projeto envolveu a criação de um negócio, uma empresa do ramo alimentício que tem como a atividade a confecção e montagem de refeições personalizadas para todo tipo de público.
Os desafios do projeto foram encontrar possibilidades e exemplos reais de empreendimentos mas trazendo juntamente fatores inovadores que levassem a ideia a um patamar elevado de diferenciação em competitividade no mercado
A definição do tema/ideia foi debatida por uma semana entre os membros e então decidida em conjunto, pela ideia da empresa alimentícia MSD MARMITAS. Após a definição do tipo de negócio a ser desenvolvido no projeto, o grupo fez a alimentação semanal dos conteúdos dos tópicos.
O grupo possui comunicação diária, uma vantagem para a atualização do andamento do projeto e alinhamento das ações dos membros. Além da comunicação cotidiana foram feitas 2 reuniões telepresenciais, para definir as responsabilidades dos membros com os tópicos e alinhamento de conteúdos.
O aspecto mais positivo que envolve este projeto foi o uso de conhecimento e experiências pessoais dos membros, visto que todos já tiveram contato, ainda que relativo, com empresas alimentícias, seja como consumidores, prestadores ou empresários.

O grupo encontrou dificuldade em criar inovações e diferenciações de concorrência para a ideia, visto o ramo alimentício ser tradicionalmente consolidado no Brasil e o país receber infinitas ideias de inovação e franquias internacionais pela globalização empreendedora.

Os resultados do grupo se mostram plenamente reais e usuais, com uma ideia executável desde níveis básicos aos mais complexos envolvendo finanças e infraestrutura.

A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.

## 12. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012023100192	ANA LAURA MENDES ALIENDE
1012023100261	JESSICA PEREIRA DE OLIVEIRA
1012022100487	SABRINA RODRIGUES DAMASCENO
1012023100055	HELTON LUPÉRCIO MACIEL
10120221320	CAMILLA DE FATIMA SILVA

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** ESCOLA DE NEGÓCIOS

**CURSO:** CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**MÓDULO:** BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** PROF. DANILO MORAIS DOVAL e PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

**ESTUDANTE:** CAMILLA DE FATIMA SILVA

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 2 TRIMESTRE

**14. DESENVOLVIMENTO**

O projeto envolveu a criação de um negócio, uma empresa do ramo alimentício que tem como a atividade a confecção e montagem de refeições personalizadas para todo tipo de público.

Os desafios do projeto foram encontrar possibilidades e exemplos reais de empreendimentos mas trazendo juntamente fatores inovadores que levassem a ideia a um patamar elevado de diferenciação em competitividade no mercado

A definição do tema/ideia foi debatida por uma semana entre os membros e então decidida em conjunto, pela ideia da empresa alimentícia MSD MARMITAS. Após a definição do tipo de negócio a ser desenvolvido no projeto, o grupo fez a alimentação semanal dos conteúdos dos tópicos.

O grupo possui comunicação diária, uma vantagem para a atualização do andamento do projeto e alinhamento das ações dos membros. Além da comunicação cotidiana foram feitas 2 reuniões telepresenciais, para definir as responsabilidades dos membros com os tópicos e alinhamento de conteúdos.

O aspecto mais positivo que envolve este projeto foi o uso de conhecimento e experiências pessoais dos membros, visto que todos já tiveram contato, ainda que relativo, com empresas alimentícias, seja como consumidores, prestadores ou empresários.

O grupo encontrou dificuldade em criar inovações e diferenciações de concorrência para a ideia, visto o ramo alimentício ser tradicionalmente consolidado no Brasil e o país receber infinitas ideias de inovação e franquias internacionais pela globalização empreendedora.

Os resultados do grupo se mostram plenamente reais e usuais, com uma ideia executável desde níveis básicos aos mais complexos envolvendo finanças e infraestrutura.

A observação do grupo é um agradecimento pela proposta do projeto, que permitiu aos membros utilizarem suas experiências e criatividade pessoais.

**15. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

1012022100487	SABRINA RODRIGUES DAMASCENO
1012023100261	JESSICA PEREIRA DE OLIVEIRA
1012023100192	ANA LAURA MENDES ALIENDE
1012023100055	HELTON LUPÉRCIO MACIEL
10120221320	CAMILLA DE FATIMA SILVA

