



UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
<TECNOLOGIA EM MARKETING>

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
<VANCAR BEAUTY LTDA>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<TECNOLOGIA EM MARKETING>

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<VANCAR BEAUTY LTDA>

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

CAMILLE CRISTINA DE MIRANDA FONSECA GUSMÃO, RA 1012021200458

RAFAEL RODRIGUES MORETTI, RA 1012022100500

VANESSA ALVES MARTINS DE ARO BRUNELLI, RA 1012022100544

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	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
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	11
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	12
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	12
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	28
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>31</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>32</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>33</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Em um cenário empresarial altamente dinâmico e competitivo, a busca por inovação e soluções criativas é essencial para que as empresas se destaquem e prosperem. Nesse contexto, o brainstorming empresarial surge como uma ferramenta poderosa para fomentar a criatividade coletiva e a geração de ideias inovadoras. Esta abordagem é especialmente relevante para empresas como a Vancar Beauty, que busca constantemente se destacar no setor de cosméticos.

A Vancar, uma empresa visionária no setor de cosméticos, reconhece a importância de manter-se à frente da concorrência, oferecendo produtos e serviços inovadores que atendam às necessidades e desejos de seus clientes. Para isso, ela adota práticas como o brainstorming empresarial, que estimula a criatividade e a colaboração entre os membros da equipe.

O objetivo deste trabalho é explorar a aplicação do brainstorming empresarial como uma estratégia eficaz na Vancar e em outras empresas de qualquer setor. Veremos como essa técnica pode contribuir para a geração de ideias revolucionárias, a resolução de desafios e a identificação de oportunidades de negócios no mercado de cosméticos.

Ao longo deste estudo, discutiremos os princípios e as melhores práticas do brainstorming empresarial, enfatizando a importância de criar um ambiente inspirado à livre expressão de ideias e de promover a diversidade de pensamento. Analisaremos também como a Vancar pode adotar diferentes métodos e ferramentas de brainstorming para estimular a criatividade de seus colaboradores e alcançar resultados alcançados. Além disso, destacamos os benefícios específicos que o brainstorming empresarial pode trazer para a Vancar, como o desenvolvimento de novos produtos e serviços de beleza, uma identificação de tendências de mercado e a melhoria dos processos internos da empresa. Por meio do brainstorming, uma empresa pode reunir as melhores mentes criativas e sustentáveis da inovação em toda a organização.

Em resumo, este trabalho visa explorar o poder do brainstorming empresarial como uma ferramenta estratégica para as empresas. Ao adotar essa abordagem, a Vancar

pode acompanhar a inovação, desenvolver soluções criativas e se destacar no mercado altamente competitivo de cosméticos.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A Vancar Beauty atua no setor de cosméticos, um mercado altamente competitivo, onde empresas como Natura, Avon e o Boticário são seus principais concorrentes. No entanto, a Vancar se destaca pela qualidade e variedade de seus produtos, além de sua abordagem voltada para atender tanto homens quanto mulheres de qualquer faixa etária.

Os clientes da Vancar são pessoas que valorizam a importância de cuidar da pele, cabelo e maquiagem para se sentirem confiantes e expressarem sua personalidade única. Seus produtos são formulados com ingredientes cuidadosamente selecionados e apresentados para fornecer resultados eficazes, promovendo uma aparência saudável e radiante.

Dentre os produtos e serviços oferecidos pela Vancar, destacam-se os cuidados com a pele, cabelo e maquiagem. A empresa oferece uma linha completa de produtos para limpeza, hidratação e proteção da pele, atendendo às necessidades específicas de cada tipo de pele.



## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

#### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

O sucesso do novo empreendimento da Vancar Beauty dependerá em grande parte do perfil do empreendedor responsável por gerir o negócio. É essencial que o empreendedor possua um conjunto de competências que abrangem tanto habilidades de gestão quanto conhecimentos técnicos relacionados às operações específicas do setor de cosméticos.

As competências de gestão seriam elas:

- **Boa liderança:** O empreendedor deve ter habilidades de liderança para inspirar e motivar a equipe, estabelecer uma visão clara e orientar o negócio rumo ao sucesso.
- **Gestão estratégica:** É importante que o empreendedor possua conhecimentos em planejamento estratégico, definição de metas, análise de mercado e tomada de decisões estratégicas para impulsionar o crescimento da empresa.
- **Habilidades financeiras:** O empreendedor precisa ter conhecimentos em gestão financeira, incluindo elaboração e acompanhamento de orçamentos, análise de viabilidade financeira, controle de custos e gerenciamento de fluxo de caixa.
- **Habilidades de marketing:** O entendimento dos princípios de marketing e a capacidade de desenvolver estratégias eficazes de divulgação e venda dos produtos são fundamentais para o sucesso do empreendimento.
- **Gestão de pessoas:** O empreendedor deve possuir habilidades de comunicação, capacidade de construir e manter relacionamentos interpessoais, além de saber motivar e desenvolver a equipe.

No caso de um empreendimento no setor de cosméticos, o empreendedor precisa ter um bom entendimento dos produtos e serviços oferecidos pela empresa. Isso inclui conhecimentos sobre cuidados com a pele, cabelo, maquiagem e tendências do mercado de cosméticos.

É importante que o empreendedor esteja atualizado em relação às melhores práticas e inovações no setor, mantendo-se informado sobre novos ingredientes, técnicas e regulamentações relevantes para a indústria de cosméticos.

Embora um profundo conhecimento técnico possa ser um diferencial, o empreendedor também pode contratar especialistas para complementar suas habilidades e conhecimentos. O importante é que o gestor tenha a capacidade de entender e tomar decisões fundamentadas nas questões técnicas envolvidas nas operações do negócio.

Um espírito inovador e uma visão estratégica são fundamentais para o sucesso e crescimento do novo empreendimento da Vancar Beauty.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Para a constituição do novo empreendimento da Vancar Beauty, uma opção seria buscar recursos de terceiros por meio de linhas de crédito oferecidas por bancos e demais entidades financeiras. Existem diferentes tipos de linhas de crédito disponíveis, e o custo do capital associado a elas pode variar de acordo com as taxas de juros praticadas no mercado financeiro.

- **Microcrédito:**

Outra opção a considerar é o microcrédito, especialmente para empreendimentos de menor porte. O microcrédito é uma linha de crédito voltada para microempreendedores individuais (MEIs) e pequenos negócios. As taxas de juros e os requisitos para obtenção de microcrédito podem ser mais acessíveis em comparação com outras formas de financiamento.

- **Investidores e financiamento coletivo:**

Além das instituições financeiras tradicionais, a Vancar Beauty também pode buscar investidores ou financiamento coletivo. Os investidores podem fornecer capital em troca de participação nos lucros e no crescimento da empresa. Já o financiamento coletivo, também conhecido como crowdfunding, envolve o financiamento do empreendimento por meio de contribuições de várias pessoas interessadas no projeto.

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENHIMENTO**

A Vancar Beauty está com uma proposta inovadora de mercado, visando não só atrair os consumidores padrão, mas também os mais exigentes.

Com a sua linha de bases florais e o slogan beleza a flor da pele, vem conquistando seu espaço, se igualando e superando seus concorrentes já renomados no mercado como Natura, Mary Kay e sendo equiparada a renomada L'Oréal Paris. Fazendo uma minuciosa análise do mercado de cosméticos, a Vancar Beauty se tornou líder de vendas nos principais estados do Brasil e também incluído alguns países sendo eles, França, Reino Unido, Argentina, Estados Unidos e China.

Nosso principal objetivo é a satisfação do cliente, pesquisas de satisfação são feitas a todo momento em diversas partes do país e do mundo, onde obtemos informações valiosas sobre nossos produtos e onde devemos melhorar.

Qualidade e valor são primordiais para o nosso negócio.

Somos uma empresa estruturada em São João da Boa Vista no interior do estado de São Paulo com sede em Santa Cruz das Palmeiras, e expandindo para o mundo.



## 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

O planejamento estratégico de uma empresa é de extrema importância, pois é através dele que as decisões são tomadas para que a meta de progresso seja alcançada. Em nossa empresa visamos o bem estar de nossos clientes e colaboradores, pois são eles a chave do nosso sucesso, através de várias pesquisas de satisfação do cliente e também reuniões internas, pois em nossa empresa todos têm voz.

Elaboramos a nossa estratégia anual pois como tudo no mundo muda, nós também mudamos e sempre procuramos evoluir com as pessoas e o mundo.

Elaboramos um modelo de trabalho onde temos um representante de nossa marca em cada capital do país, onde ele é responsável pela divulgação e organização de vendedores e promotores de vendas, treinamentos são feitos a cada 3 meses visando melhor desempenho da equipe, onde são abordados vários temas, desde o posicionamento de produtos em prateleiras ao atendimento ao cliente.

Nossa empresa fornece para estes profissionais todo o suporte para que o trabalho seja o mais confortável possível.

Nosso foco é primeiramente em vendas presenciais e em segunda instância em vendas online, onde nosso cliente tem total comodidade para solicitar seu orçamento.

Temos um time de marketing focado em administrar nossa redes sociais, com publicações diárias referentes aos nossos produtos tanto como publicações pagas e também através de influenciadores digitais, dando mais engajamento da marca, usamos o google analytics para obter relatórios semanais, onde elaboramos as estratégias de marketing digital, também são feitos anúncios em horários estratégicos em televisão no horário nobre para que tudo isso fosse possível foram elaboradas algumas estratégias.

- Estrutura da empresa: A Vancar beauty conta com uma estrutura (sede) com 18 salas sendo elas 10 para nossa linha de produção, 2 salas para o setor de marketing que são divididas entre o marketing digital e o marketing de conteúdo, 1 sala de

reuniões ampla com vídeo conferência possibilitando o maior conforto para reuniões com nossos fornecedores 1 sala de treinamentos e 3 salas amplas onde estão alocados nosso time de faturamento , fiscal e compras e 1 sala para o nosso setor de RH.

- Sub sede onde são geridos nosso time de vendas internas, supervisores de vendas e vendedores contratados em regime de CLT, nesta sede também é feita toda nossa estratégia logística, visando otimizar e reduzir os custos com os despachos de mercadorias.

Cada detalhe é pensado e discutido com muita cautela e sempre é abordada uma estratégia que beneficie o bem estar e o crescimento do nosso negócio.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Para que a empresa cresça, é interessante oferecer algo diferente, que a faça sobressair entre as concorrentes. Pode ser: atendimento, produtos e serviços exclusivos, status, tecnologia superior etc. Ter um diferencial é o primeiro passo estratégico para as empresas que querem expandir os negócios.

Ser transparente: instruir através de treinamento de capacitação o gestor comercial para promover o alinhamento do nosso setor de vendas com nossos clientes, pois é de extrema importância que todos do setor estejam em harmonia para que sejamos o mais transparentes possíveis , com os valores informados, documentação solicitada para cadastro e promoções ofertadas.

- Trabalhar com preço justo: Pois diminui a inadimplência e gera mais índice de venda, gerando lucro através da alta rotatividade do produto, assim diminuindo os gastos com empresas de cobranças e fidelizando o cliente com qualidade e valor.
- Capacitar toda a equipe: desenvolvemos um programa de capacitação para nossos colaboradores, com treinamentos trimestrais com temas variados tais como LGPD ( lei geral de proteção de dados ), capacitação profissional, cuidados com o meio ambiente, entre outros temas.

- Definir uma boa estratégia: é fundamental elaborar uma boa estratégia, para o melhor desempenho e diminuição dos riscos de insatisfação dos colaboradores e clientes , pois onde há um colaborador motivado há sempre um cliente satisfeito, sendo assim aumentado o lucro da empresa e agregando valor à marca.
- Uma boa estratégia empresarial: é aquela que agrega valor à empresa e satisfação ao colaborador e fidelidade aos clientes, tornando possível o crescimento da empresa tanto em valor como em reconhecimento no mercado, uma equipe motivada e bem gerida é o reflexo de uma empresa não só preocupada com o sucesso, mais sim com o bem estar e o desenvolvimento pessoal e profissional do colaborador, podendo assim ofertar a excelência em atendimento ao cliente e na qualidade do produto ofertado.

### **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

No mundo dos negócios, uma empresa bem-sucedida é construída sobre uma base sólida, composta por sua missão, visão e valores. Esses elementos são essenciais para definir a identidade e o propósito de uma organização, além de orientar suas ações e decisões.

A missão é o coração da empresa, uma declaração que retoma seu propósito fundamental. Nesse contexto, nossa missão é promover a excelência em vendas, sempre priorizando o respeito e a transparência para com nossos clientes. Buscamos oferecer produtos ou serviços de alta qualidade, enquanto mantemos uma abordagem transparente e ética em todas as áreas confortáveis com os clientes. A excelência em vendas é nossa meta central, embasada no compromisso de proteger e garantir cada cliente que confia em nossos produtos ou serviços.

Nossa visão é nos tornarmos a marca número um no mercado, reconhecida por oferecer qualidade excepcional e preço justo. Desejamos ser líderes do setor, fornecendo produtos ou serviços que se destacam pela sua excelência e conquistando a preferência dos clientes. Além disso, acreditamos firmemente que um preço justo é essencial para construir relacionamentos duradouros com nossos clientes, garantindo que eles sintam que estão obtendo um valor real e justo em suas transações.

Nossos valores fundamentais são o respeito, a honestidade e o amor. O respeito é a base de todas as nossas confortáveis, tanto com clientes quanto com membros da equipe. Tratamos a todos com importância, valorizando suas necessidades e perspectivas. A honestidade é o princípio que nos guia na busca pela transparência em todas as nossas ações e comunicações. Valorizamos a integridade e a confiança como pilares da nossa empresa.

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

Avaliando os segmentos de cuidado ambiental, posição profissional e a responsabilidade social em que a Empresa Vancar Beauty Ltda se enquadra, a sua identidade organizacional, foi formulada nas premissas abaixo. Onde acreditamos definir suas estratégias de negócios, parametrizar a gestão organizacional e diretrizes.

 <p><b>MISSÃO</b></p>	 <p><b>VISÃO</b></p>	 <p><b>VALORES</b></p>
<p>“Distribuir os melhores produtos de cosméticos, visando proporcionar experiências cativantes e de qualidade. Resultando na melhor experiência de cuidado, bem estar pessoal e fidelizar consumidores do mundo todo”.</p>	<p>“ Destacar – se dentro da área de atuação com responsabilidade social e ambiental, sendo uma empresa referência ao consumidor, ao ambiente de trabalho e estrutura organizacional”</p>	<p>“ Ética, transparência e respeito, aos consumidores e ao meio ambiente. Fundamentar nosso trabalho na valorização das relações comerciais, proporcionar as melhores experiências com qualidade.”</p>

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

### 3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Ao pensar estrategicamente, as chances de sucesso crescem assim como ao planejar nossos objetivos. A palavra felicidade remete ao sucesso e à realização daquilo que se deseja. Traçar um propósito de vida se torna essencial, pois é a partir dele que estabelecemos os objetivos e como iremos alcançá-los.

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

#### **AUTOCONHECIMENTO**

“O sonho é que leva a gente para a frente”, já nos dizia o grande escritor brasileiro Ariano Suassuna! Para alcançar nossos sonhos, pessoais ou profissionais, o planejamento das ações a serem tomadas são extremamente importantes. Mas antes de tudo isso é preciso se autoconhecer.

É no processo do autoconhecimento que conseguiremos definir a nossa missão de vida, o nosso propósito. Tudo isso pode ser apoiado por meio de um planejamento que consiga esboçar a nossa trajetória.

**PROPÓSITO E PONTE COM SWOT/FOFA DE AUTOANÁLISE:** traçar ou rever nossa trajetória de vida, ter um propósito e conhecermos a nós mesmos é o primeiro passo para fazer escolhas e realizações que façam sentido para nós, esta definição passa a ser um exercício de autoanálise, se conhecer plenamente contribui para traçar diretrizes para uma trajetória rumo aos nossos sonhos.



**Matriz FOFA:** Vários projetos e decisões podem ser analisados pela ótica da Análise FOFA/SWOT e, em cada uma dessas decisões, existem ameaças, oportunidades, forças (aspectos positivos) e fraquezas (aspectos negativos) a serem avaliadas.



**ANÁLISE FOFA:** técnica de planejamento estratégico que podemos utilizar para a autoanálise.

- Forças
- Oportunidades
- Fraquezas
- Ameaças

Esta técnica possibilita a auto análise a partir de dois cenários:

- Externa: olhamos para fora, para o ambiente à nossa volta, analisando as potencialidades e condições que podem nos influenciar de forma positiva ou negativa.
- Interna: analisamos as capacidades e aptidões que podem ajudar ou limitar o alcance de nosso propósito.

**FORÇAS:** A força representa o nosso potencial e competências, tanto no lado pessoal como no profissional. No contexto profissional, as forças podem ser a combinação dos nossos conhecimentos, das nossas habilidades e das nossas atitudes (CHA). É tudo aquilo que pode ser valorizado no mundo do trabalho e na área de atuação.

Perguntas para identificar as forças:

- O que consigo fazer com excelência?
- O que as pessoas à minha volta dizem que faço muito bem?
- Quando supero momentos de dificuldade, quais são minhas atitudes e comportamentos?
- Quais experiências e êxitos me fortaleceram como pessoa e como profissional até aqui?

Exemplos de forças:

- o domínio de um segundo idioma;
- a aptidão no uso de tecnologias emergentes na área de atuação;
- a proatividade e a capacidade analítica na resolução de problemas;
- experiências na condução de projetos e gestão de equipes.

**LEMBRE-SE:**  
As forças são a nossa motivação em busca da realização profissional. Faça sempre a manutenção e conservação dessas riquezas, são elas que nos constituem e expressam o nosso potencial como pessoas e profissionais.

**OPORTUNIDADES:** As oportunidades, sob uma perspectiva externa, ou seja, é o momento de identificar as oportunidades da carreira e da

área de atuação. O ambiente externo a nós é formado por uma série de fatores dos quais podemos tirar proveito para avançar na carreira. Algumas perguntas podem ser feitas para identificar as oportunidades.

**FRAQUEZAS:** no desenvolvimento de uma carreira é muito importante conhecer

**Para identificar as oportunidades, responda:**

- Quais competências que possuo são necessárias para a carreira em que desejo atuar?
- Como está a busca por profissionais no mercado de trabalho em que atuo?
- Como a área profissional está se desenvolvendo?
- Quais são as novas tendências da profissão?

**Alguns exemplos de oportunidades:**

- uma vaga de trabalho em que nossas competências atendam ao perfil da vaga;
- a oportunidade de empreender um negócio;
- a atuação em uma nova área na profissão;
- uma chance de se qualificar em uma nova área.

as próprias limitações e fraquezas, essa é uma análise de perspectiva interna de cada pessoa. Seu objetivo é tomar consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras que vão de encontro ao nosso propósito profissional. A identificação das fraquezas, por meio de questionamentos, pode permitir uma compreensão dos elementos que impedem o avanço na carreira.



## MAPEANDO AS FRAQUEZAS

### PERGUNTAS PARA MAPEAR AS FRAQUEZAS

- Quais atividades na carreira tenho dificuldades de realizar?
- Quais competências o mercado de trabalho exige, mas não atendo?
- Que atitudes e comportamentos que possuo podem dificultar o alcance dos meus objetivos?
- Como lido com dificuldades e frustrações que vivencio?


## EXEMPLOS DE FRAQUEZA

### PODEMOS CONSIDERAR UMA FRAQUEZA:

- a resistência em realizar trabalhos colaborativamente;
- a falta de proficiência na utilização de aplicativos e tecnologias da área;
- a dificuldade em lidar com frustrações e resultados negativos;
- o currículo desatualizado em relação aos propósitos traçados.

**AMEAÇAS:** Ameaças são situações externas a nós que representam barreiras para o nosso propósito e objetivos, uma vez que não temos controle sobre elas. Nossa trajetória profissional é influenciada pelo contexto no qual estamos inseridos, e a uma dessas influências denominamos de ameaças.

Precisamos observar o contexto em que estamos inseridos e fazer questionamentos para identificar essas ameaças.



1	Há uma grande concorrência por vagas na minha área de atuação?
2	Os desafios apresentados na carreira estão alinhados com meu propósito profissional?
3	Quais ameaças externas podem prejudicar os meus objetivos?
4	Há uma grande concorrência por vagas na minha área de atuação?



Cabe a nós mesmos a identificação das ameaças que podem impactar nossa trajetória profissional. É preciso utilizar as competências profissionais para enfrentá-las ou transformá-las em oportunidades.

Para a implementação da empresa Vancar Beauty no mercado, foi preciso que os fundadores se capacitassem para tal empreendimento, o que fomentou estudos, pesquisas e formação profissional. Além de posicionamento e escolhas pessoais, com descobertas internas resultantes do autoconhecimento.

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

A construção da nossa trajetória de vida é influenciada por diversos fatores externos e internos. Por isso, todos nossos objetivos e planos devem ser organizados por meio de um planejamento claro, objetivo e viável, alinhado com nosso propósito de vida.

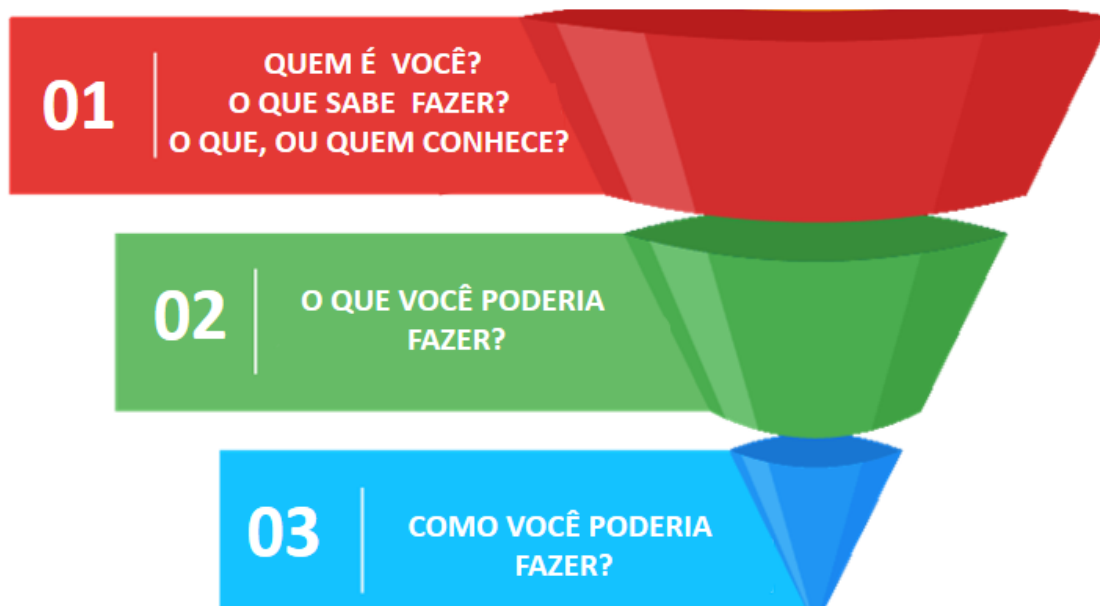
**BRAINSTORMING, ABERTURA DO PENSAMENTO:** O brainstorming, ou tempestade de ideias, pode ser realizado individualmente ou em grupo. Você mesmo pode ter um momento individual listando seus planos, projetos, prioridades e ideias, para que caminhe na direção do seu propósito, ou convidar pessoas que possam contribuir com boas ideias.

A sugestão da lista, precisa ser avaliada e analisada, a fim de filtrar essas sugestões. Abaixo, quatro orientações básicas que devem ser seguidas:

- **MAIS É MELHOR** - Quanto maior o número de ideias, melhor.
- **NADA DE CRÍTICAS** - As críticas ficam de fora durante a sessão.
- **SEM FILTROS** - Quanto mais criativa e inusitada a ideia, melhor.
- **FAÇA COMBINAÇÕES** - A combinação e o aprimoramento de ideias é sempre bem-vinda.

**FOCO, REFINAMENTO DAS IDEIAS, ESCOLHAS:** após listar as ideias, é preciso analisar e filtrar estas, sempre mantendo o foco, priorizando alternativas selecionadas. Perguntas desafiadoras e que resultam em respostas pontuais e de autoconhecimento podem somar na formulação deste caminho. É recomendável a técnica do “FUNIL DE IDEIAS”, para refinamento e análise das ideias

geradas:



**DIFERENCIAÇÃO:** A diferenciação é uma característica fundamental na nossa vida profissional, está conectada aos nossos pontos fortes e às nossas competências, que podem colaborar para a geração da nossa identidade profissional.

Como se diferenciar em uma carreira?

Um caminho é analisar dois tipos básicos de habilidades, que todos possuem, e buscar aperfeiçoamento enquanto profissionais, estudantes, líderes e etc.

- **HARD SKILLS:** São as habilidades ou conhecimentos técnicos que podem ser adquiridos por meio de cursos de formação, ou por meio de experiências, como falar um segundo idioma e ter formação em nível técnico ou superior.

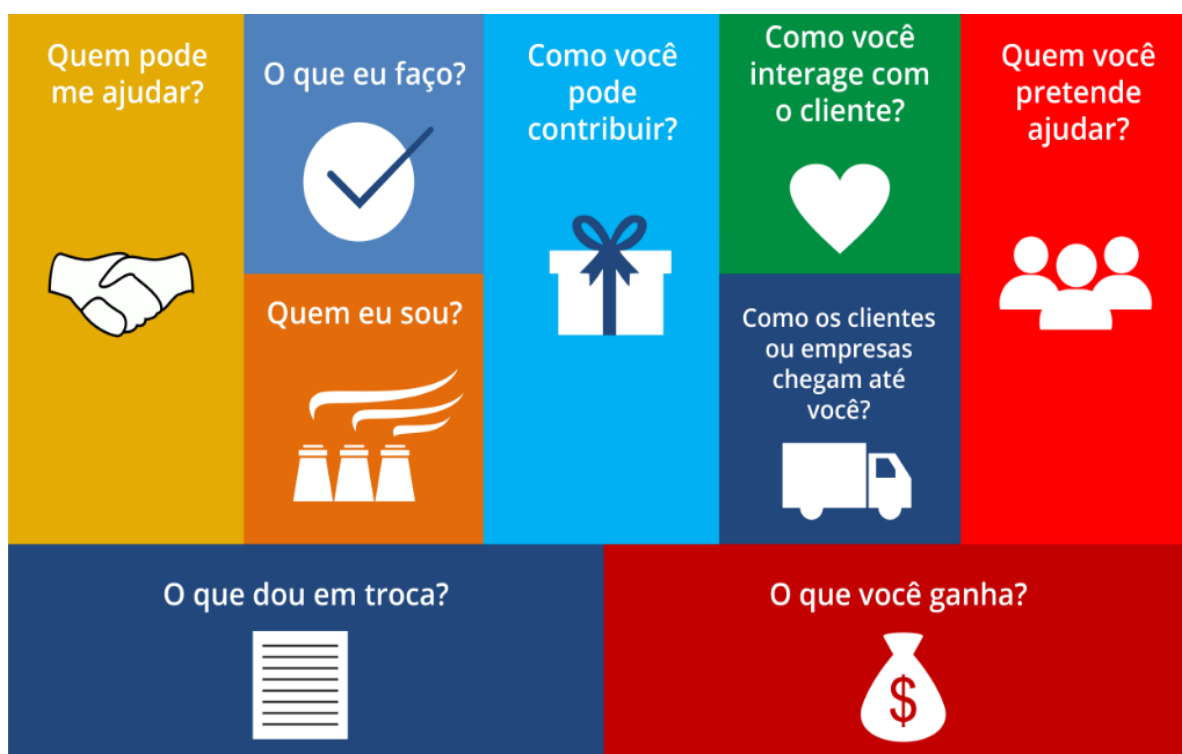
- **SOFT SKILLS:** São habilidades associadas com a forma como nos relacionamos e nos portamos frente às outras pessoas, como criatividade, inteligência emocional, empatia com os outros, bom senso, tomada de decisão e flexibilidade cognitiva.

**DIREÇÃO:** Para alcançar os nossos projetos, precisamos estabelecer objetivos, metas e indicadores. Isso significa dizer que precisamos saber bem aonde queremos chegar e o que é necessário para alcançar esse objetivo, traçando metas e avaliando os esforços que estamos realizando.

**METAS E OBJETIVOS:** é importante enxergar os objetivos como aspirações na nossa vida, e as metas nos auxiliam a avaliar se estamos caminhando na direção desejada, dentro dos resultados esperados. Cada um de nós traça diferentes objetivos, com base no nosso estilo de vida e naquilo que acreditamos ser “nosso propósito”:

- **Metas:** Apresenta uma posição mais tática, de curto e médio prazos. Ou seja, a meta pode ser visualizada como a quantificação e mensuração dos objetivos estabelecidos, já que estará vinculada a um indicador de desempenho.
- **Objetivos:** Têm uma posição mais estratégica, de longo prazo, servindo de direcionador do nosso planejamento. Podemos definir uma série de objetivos em nosso planejamento que, reunidos, ajudam a alcançar os nossos propósitos.

**CANVAS:** Outra ferramenta extremamente eficaz (e visual) para realizarmos um planejamento é o Modelo de Negócio Canvas. Podemos utilizá-lo para desenvolver um Canvas Pessoal. O quadro abaixo representa um modelo de preenchimento do Canvas.

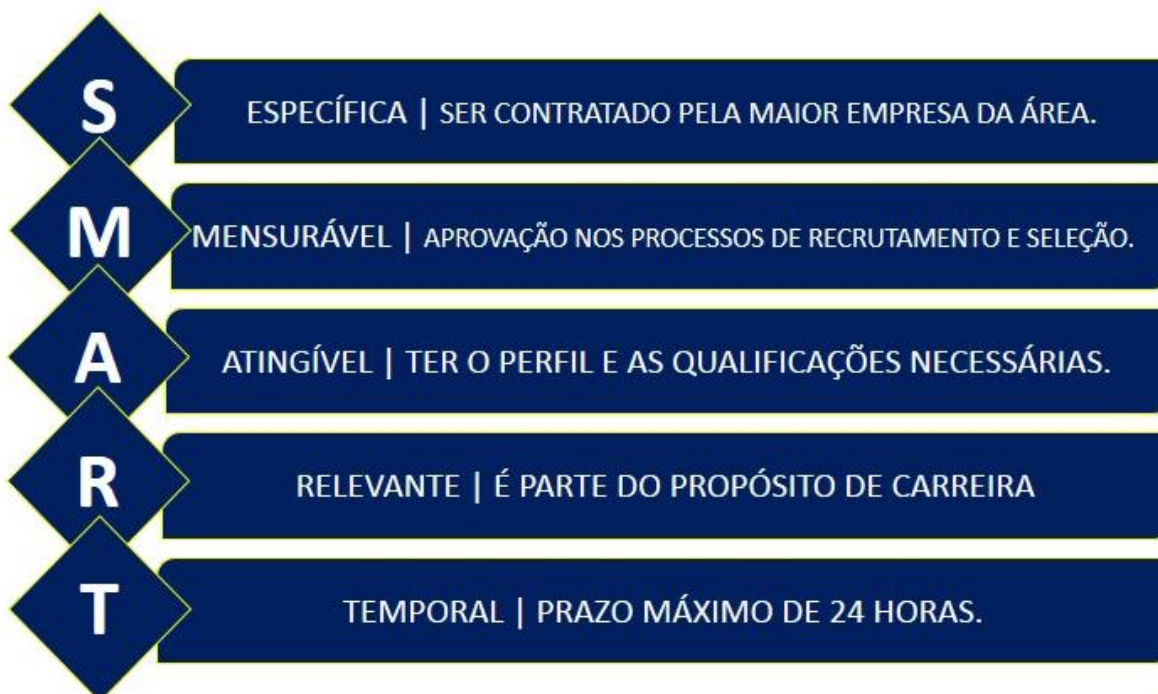


Na trajetória do projeto/negócio, houveram barreiras e muitas dúvidas, nesta busca de posicionamento alguns caminhos foram turbulentos. Porém, o foco e a certeza do “fazer acontecer” prevaleceu.

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

É importante saber que existem uma série de ferramentas da área de negócios que podem nos auxiliar a definir as estratégias de atuação, bem como a consolidar planos de ação na nossa vida pessoal ou profissional!

**PLANEJAMENTO SMART:** Para uma definição eficaz de metas, a técnica SMART é utilizada e nos possibilita orientar melhor os nossos objetivos. Para que a meta seja clara, acessível e colaborativa ela precisa ser SMART. A utilização de metas SMART nos ajuda na compreensão dos resultados que devemos alcançar e do desempenho obtido em cada um deles, sempre alinhados com nossos objetivos.



**PDCA e PDCL:** a metodologia PDCA, pode auxiliar na execução dos nossos planos e projetos, buscando a melhoria contínua da trajetória rumo aos nossos propósitos, de maneira cíclica. Ao aplicar as metodologias PDCA ou PDCL precisamos nos lembrar de que o aperfeiçoamento é uma atitude contínua, que pode ser melhorado Ela segue as seguintes etapas de um plano de ação:



É importante lembrar que a última etapa do ciclo, é como um processo de aprendizado que será incorporado em nossas ações para a resolução dos problemas encontrados.

**CINCO FORÇAS DE PORTER:** Na área de planejamento estratégico, o professor Michael Porter da Universidade de Harvard desenvolveu a teoria que conhecemos como as Cinco forças de Porter. Ela é utilizada para mapear a atratividade e o nível de concorrência de um setor – em nosso caso, nossa profissão ou área de atuação (Porter, 2008). A partir da análise dessas cinco forças, com foco na área ou profissão, é possível mapear a atratividade delas na carreira. E pode - se também analisar o contexto da área em que se está atuando, para conhecer o nível de competição entre os que concorrem nela.



**MATRIZ BCG:** podemos utilizar a matriz BCG para analisar nossas competências em relação ao mercado:



**5W2H:** a sigla 5W2H, diz respeito a cinco “Ws”: What?, Why?, Where?, Who? e When?.

São perguntas curtas que significam, respectivamente:

- **O quê?** A ação que desejamos desenvolver.
- **Por quê?** A motivação ou justificativa para nosso plano.
- **Onde?** O local ou a abrangência que envolve a ação e os resultados.
- **Quem?** As pessoas envolvidas, inclusive nós, na execução da ação.
- **Quando?** A linha temporal de realização da ação, com dia de início e fim.
- **Como?** As técnicas que empregaremos para realizar a ação.
- **Quanto?** Os custos financeiros, de tempo e emocionais envolvidos na ação.

Com base nas perguntas do 5W2H, é possível elaborar uma série de planos, tarefas e criar um cronograma de curto prazo para direcionar esforços para obter resultados. Respondendo as sete perguntas do 5W2H com frases curtas, pode – se visualizar um mapa



de todas as ações necessárias para controlar e executar planejamentos, rumo aos objetivos estabelecidos.

A inspiração é motivadora, mas para o empreendimento acontecer, se lançar, a “batalha”, tanto em conhecimento quanto em "pôr a mão na massa", foi primordial. A certeza sem preparo não vale de nada, assim como a razão sem fundamento. Para fazer acontecer é preciso estar preparado fisicamente, emocionalmente e profissionalmente.

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

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e propósitos do futuro, no âmbito pessoal ou profissional, precisa ter condições de ser avaliado, para que possamos saber se estamos no caminho certo. As definições de indicadores e métricas são essenciais para avaliarmos os nossos resultados e para o constante aperfeiçoamento deles.

**INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS (INDICADORES):** Os Key Performance Indicators (KPIs) ou indicadores-chave de desempenho são normalmente vinculados aos objetivos estratégicos das empresas. Entretanto, podemos aplicar os KPIs em diferentes áreas da nossa vida.

Os KPIs são indicadores que vamos definir para acompanhar a evolução das nossas atividades e para manter o rumo das metas ou objetivos que estabelecemos. Ao

traçar objetivos, precisamos de indicadores, ou seja, linhas orientadoras daquilo que queremos alcançar.

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>KPI</b>
Ser promovido para um cargo de nível estratégico na empresa onde atuo nos próximos 48 meses.	Número de requisitos atendidos <i>versus</i> requisitos a atender para ascender no plano de carreira da empresa.
Ganhar 10 kg massa muscular nos próximos 12 anos.	Frequência atual de treino na academia <i>versus</i> frequência de treino estabelecida pelo <i>personal trainer</i> .

**GESTÃO DO CONHECIMENTO:** Ao longo da nossa trajetória, devemos ter a ciência de que o conhecimento é o nosso principal ativo, nossa riqueza, por isso devemos criar, adquirir, preservar e compartilhar o conhecimento adquirido.

A Gestão do Conhecimento Pessoal (GCP) é definida como um processo individual e disciplinado, pelo qual entendemos as informações, observações e ideias, focados em nosso autodesenvolvimento (JARCHE, 2009). No mundo globalizado em que vivemos, temos acesso de forma ininterrupta a todo tipo de informação. Mas precisamos ser capazes de filtrar toda essa informação, verificar a veracidade delas e assim enriquecer nossas competências.

A GCP nos orienta a fazer um exercício interno com essas informações (JARCHE, 2009):

1. Ordenar: identificar e analisar o conhecimento útil para nós.
2. Categorizar: classificar por ordem de importância e relevância.
3. Tornar público: escrever, registrar e expressar esse conhecimento para criarmos um modelo mental sobre ele.
4. Recuperar: criar formas de armazenar e retomar esse conhecimento, quando necessário.

Podemos enriquecer o conhecimento, interagindo com o mundo lá de fora: conectando, contato com outras pessoas por diversos meios, inclusive plataformas online ao nosso alcance, trocando o intercâmbio de ideias e observações com as pessoas e organizações e contribuindo por meio da colaboração na construção do conhecimento coletivo.

OKR: Os OKRs (Objectives and Key-Results) ou Objetivos e Resultados-Chave devem ser vistos como uma lista de aspirações que desejamos alcançar. São ideais para objetivos mais desafiadores que pretendemos alcançar ao longo da nossa vida.

BSC: A definição dos nossos objetivos e do tempo que levaremos para alcançá-los é uma questão estratégica para a organização da nossa vida, portanto podemos implementar a metodologia BSC para melhorar a gestão dos nossos resultados.

Sobre o Balanced Scorecard (BSC) traduz a missão e a estratégia de um conjunto de medidas de desempenho que devem ser visualizadas por meio de quatro perspectivas de uma empresa:

- Financeira: quais objetivos financeiros devemos seguir para satisfazer os acionistas;
- Do cliente: quais são as necessidades dos nossos clientes;

- Dos processos internos: em quais atividades ou processos preciso ser mais eficiente;
- Do aprendizado e crescimento: como a organização deve aprender e inovar.

Adaptação, é possível criar ou adaptar o BSC para que este olhe para os nossos propósitos pessoais e profissionais, de modo que consigamos visualizá-los a partir dessas perspectivas. O BSC é um forte aliado na construção do nosso propósito profissional, por gerar um conjunto de indicadores estratégicos, que estarão vinculados a um objetivo, que se conecta a uma meta, que é viabilizada por um plano de ação.

Matriz, é baseada: Perspectiva, pergunta da perspectiva, objetivos, meta e plano de ação.

**FORECAST E FORESIGHT:** Forecast (previsão) e foresight (visão de futuro) são métodos que vêm da área de negócios, e podem ser úteis na realização de planejamentos e na tomada de decisão da trajetória pessoal e profissional. Utilizando essa ferramenta, precisamos projetar cenários e previsões do que poderá acontecer ao longo dos anos, bem como olharmos para potenciais mudanças no futuro.

**FORECAST:** Está conectado à noção de previsão, que faz projeções do futuro, com base em dados passados. Faz análises de dados, insights e experiências, para fazer previsões e responder a várias necessidades de negócios, balizadas em dados históricos (IBFP, 2018).

Entendemos então que, por meio do Forecast, vamos utilizar os dados existentes para transformá-los em informações capazes de projetar como queremos estar e o que pode ocorrer no futuro.

**FORESIGHT:** Está vinculado ao termos predição (antecipar) e prospecção (olhar para o futuro), com os quais são estimados acontecimentos futuros. Ambos olham e pensam sobre o futuro, de modo a modelar cenários e prescrever formas para as organizações agirem frente a ele (PIR, 2019).

Por meio do Foresight, podemos refletir sobre como esse evento poderá afetar nossa vida profissional, por exemplo, as possíveis demandas de serviços que o futuro nos trará.

E, a partir disso, pensar em oportunidades de negócio, investimentos etc. Isso reflete em todos âmbitos da nossa vida, influenciando no alcance dos nossos objetivos e no cumprimento do nosso propósito.

Indicadores, controle e atualizações são imprescindíveis para mensurar a evolução e se o crescimento está sendo produtivo. Avaliar as projeções e programar os indicadores com responsabilidade, gera evolução de qualidade, com retornos vantajosos e progresso profissional tanto pessoal quanto profissional.

**ENCERRAMENTO:** é imprescindível planejar nossas finanças, nossa educação, nossas atividades diárias, nosso estilo de vida, nossa carreira. Enfim, tudo precisa ser mensurado, monitorado e avaliado. Para isso, são necessários indicadores que representem o nosso desempenho rumo aos nossos objetivos e para que possamos alcançar o sucesso e atingir os nossos objetivos, é importante planejar, conhecer de maneira clara o que queremos, o que precisa ser feito, e como fazer!

### 3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para a formulação deste conteúdo o grupo optou por dois cenários, onde projetamos dois banners:

- O primeiro é dedicado à empresa Vancar Beauty, protagonista deste projeto, que ressalta a força, as fraquezas, as ameaças e as oportunidades que refletem a realidade do mercado de trabalho atual.



- O segundo é dedicado a diretrizes que uma pessoa deve seguir ou não para ser um bom profissional estrategista, assim como usando as mesmas diretrizes ser um pessoa de bons princípios e focado no seus objetivos.



É notório que o planejamento pessoal e profissional, faz toda diferença no estilo de vida e na carreira de qualquer pessoa. Os objetivos serão alcançados de maneira efetiva, segundo diretrizes sólidas, autoconhecimento e foco.

## 4. CONCLUSÃO

Concluimos que através de análise em nosso Projeto integrado, por mais que na teoria seja simples o início de uma empresa, é de extrema importância formar um Planejamento Estratégico, sem ele é muito difícil o empreendedor progredir. O mercado está sempre em mudança e é fundamental buscar novas estratégias para o empreendimento e seguir as tendências de mercado. Revisando sempre suas metas, para um bom desempenho.

Assim como na vida pessoal, formação, foco e dedicação fazem toda diferença na construção de quaisquer projetos e/ou rotinas.

Quanto aos temas abordados, estes agregam em muito no crescimento individual dos integrantes do grupo, além de enfatizar o poder da capacitação, o comprometimento ao formar um objetivo, e o qual é realmente transformador a capacitação e auto conhecimento.



## REFERÊNCIAS

Dicionário Online de Português. Disponível em: <[Dissídio - Dicio, Dicionário Online de Português.](#)>

GOMES, Gustavo. Estratégia de crescimento de uma empresa: confira 7 dicas para o seu negócio Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/estrategia-de-crescimento-de-uma-empresa/>>

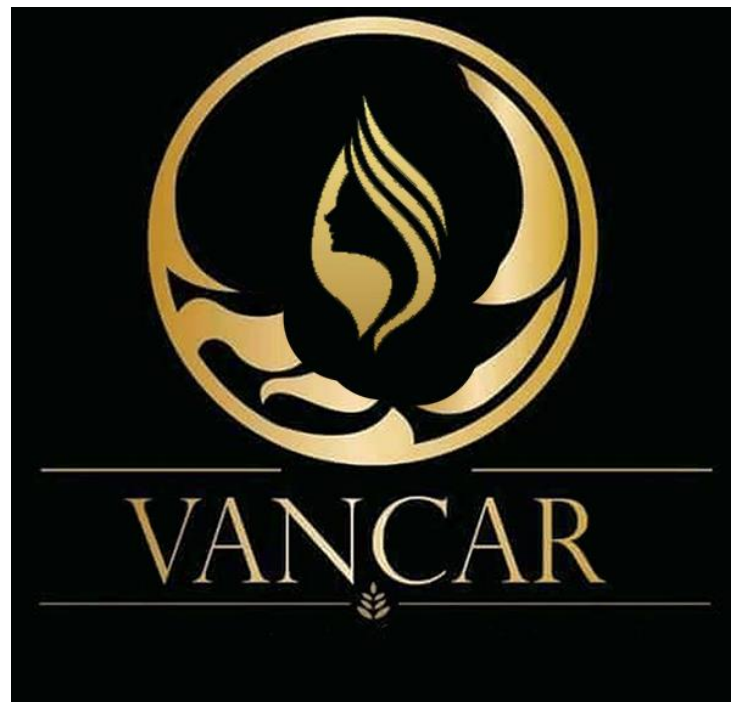
Heeman, Michele. Missão, Visão e Valores: O que é? Disponível em: <[Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos.](#)>

SEBRAE. Perfil empreendedor: Como reconhecer se tenho ou não. Disponível em: <[Perfil Empreendedor: Como reconhecer se tenho ou não - Sebrae.](#)>

SECAF, Vera Maria Stuart. Fontes de capital de giro: 4 opções para conseguir crédito e financiar as operações da sua empresa. Disponível em: <[Fontes de capital de giro: 4 opções para conseguir crédito e financiar as operações da sua empresa](#)>

UNIFEOB. Conteúdo da Apostila da Plataforma de Estudos. Apostila - Pensando Estrategicamente. Acesso em: períodos do mês de junho/2023. Disciplina: Projeto Integrado - Material Interativo: Planejamento Estratégico;

## ANEXOS



### MISSÃO

“Distribuir os melhores produtos de cosméticos, visando proporcionar experiências cativantes e de qualidade. Resultando na melhor experiência de cuidado, bem estar pessoal e fidelizar consumidores do mundo todo”.



### VISÃO

“ Destacar – se dentro da área de atuação com responsabilidade social e ambiental, sendo uma empresa referência ao consumidor, ao ambiente de trabalho e estrutura organizacional”



### VALORES

“ Ética, transparência e respeito, aos consumidores e ao meio ambiente. Fundamentar nosso trabalho na valorização das relações comerciais, proporcionar as melhores experiências com qualidade.”

# RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado Brainstorming Empresarial.
<b>CURSO:</b> Tecnologia em Marketing.
<b>MÓDULO:</b> Brainstorming Empresarial.
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Gestão Empreendedora - Prof. Danilo Morais Doval e administração Estratégica - Prof. Luiz Fernando Pancine.
<b>ESTUDANTE:</b> Camile Cristina de Miranda Fonseca Gusmão.
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Segundo trimestre/2023.

<b>2. DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: o projeto foi desafiador por se tratar de uma elaboração de empresa fictícia, porém o grupo buscou exemplos de empresas reais do mesmo segmento e com pesquisas, formulou a base dos dados que compõem este.
Desafio: foram vários, como prazo para entrega, já que todos trabalham e estudam, assim como conciliar horários para as reuniões de alinhamento.
Cronograma das Ações: temos um grupo via Whatsapp, onde fazemos as divisões por tópicos, alinhamos como tema e reuniões. E na semana final do prazo, tivemos duas reuniões remotas para finalização e revisão do projeto por um todo.
Síntese das Ações: nossas ações foram desde a liberação da plataforma para o semestre referente, com organização do tema e divisão de tópicos.

<p>a. Aspectos positivos A interação entre os participantes influencia muito para a conclusão, e com isso o projeto foi formulado e concluído dentro do prazo estipulado.</p>	
<p>b. Dificuldades encontradas Se baseando no “protótipo”, por ser a primeira experiência neste formato, os desafios foram grandes.</p>	
<p>c. Resultados atingidos O conhecimento alcançado com as descobertas do conteúdo, resultou em grande crescimento pessoal e profissional, além de agregar e motivar, gerou novas formas de explorar nosso potencial.</p>	
<p>d. Sugestões / Outras observações Mediante a rotina de um estudante EAD, como sugestão indicamos que o prazo de entrega deste projeto seja estendido.</p>	
<p><b>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b></p>	
RA1012021200458	NOME CAMILLE CRISTINA DE MIRANDA FONSECA GUSMÃO
RA 1012022100500	NOME RAFAEL RODRIGUES MORETTI
RA 1012022100544	NOME VANESSA ALVES MARTINS DE ARO BRUNELLI
RA	NOME
RA	NOME

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<p><b>4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b></p>	
<p><b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado Brainstorming Empresarial.</p>	

<b>CURSO:</b> Tecnologia em Marketing.
<b>MÓDULO:</b> Brainstorming Empresarial.
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> Gestão Empreendedora - Prof. Danilo Morais Doval e administração Estratégica - Prof. Luiz Fernando Pancine.
<b>ESTUDANTE:</b> Rafael Rodrigues Moretti.
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Segundo trimestre/2023.

## 5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: o projeto foi desafiador por se tratar de uma elaboração de empresa fictícia, porém o grupo buscou exemplos de empresas reais do mesmo segmento e com pesquisas, formulou a base dos dados que compõem este.

Desafio: foram vários, como prazo para entrega, já que todos trabalham e estudam, assim como conciliar horários para as reuniões de alinhamento.

Cronograma das Ações: temos um grupo via Whatsapp, onde fazemos as divisões por tópicos, alinhamos como tema e reuniões. E na semana final do prazo, tivemos duas reuniões remotas para finalização e revisão do projeto por um todo.

Síntese das Ações: nossas ações foram desde a liberação da plataforma para o semestre referente, com organização do tema e divisão de tópicos.

e. Aspectos positivos  
A interação entre os participantes influencia muito para a conclusão, e com isso o projeto foi formulado e concluído dentro do prazo estipulado.

f. Dificuldades encontradas  
Se baseando no “protótipo”, por ser a primeira experiência neste formato, os desafios foram grandes.

g. Resultados atingidos  
O conhecimento alcançado com as descobertas do conteúdo, resultou em grande crescimento pessoal e profissional, além de agregar e motivar, gerou novas formas de explorar nosso potencial.

h. Sugestões / Outras observações  
Mediante a rotina de um estudante EAD, como sugestão indicamos que o prazo de entrega deste projeto seja estendido.

## 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA1012021200458	NOME CAMILLE CRISTINA DE MIRANDA FONSECA GUSMÃO
RA 1012022100500	NOME RAFAEL RODRIGUES MORETTI
RA 1012022100544	NOME VANESSA ALVES MARTINS DE ARO BRUNELLI
RA	NOME
RA	NOME

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

### 7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

**RELATÓRIO:** Projeto Integrado Brainstorming Empresarial.

**CURSO:** Tecnologia em Marketing.

**MÓDULO:** Brainstorming Empresarial.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Gestão Empreendedora - Prof. Danilo Moraes Doval e administração Estratégica - Prof. Luiz Fernando Pancine.

**ESTUDANTE:** Vanessa Alves Martins de Aro Brunelli.

**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** Segundo trimestre/2023.

## 8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: o projeto foi desafiador por se tratar de uma elaboração de empresa fictícia, porém o grupo buscou exemplos de empresas reais do mesmo segmento e com pesquisas, formulou a base dos dados que compõem este.

Desafio: foram vários, como prazo para entrega, já que todos trabalham e estudam, assim como conciliar horários para as reuniões de alinhamento.

Cronograma das Ações: temos um grupo via Whatsapp, onde fazemos as divisões por tópicos, alinhamos como tema e reuniões. E na semana final do prazo, tivemos duas reuniões remotas para finalização e revisão do projeto por um todo.

Síntese das Ações: nossas ações foram desde a liberação da plataforma para o semestre referente, com organização do tema e divisão de tópicos.

### i. Aspectos positivos

A interação entre os participantes influencia muito para a conclusão, e com isso o projeto foi formulado e concluído dentro do prazo estipulado.

### j. Dificuldades encontradas

Se baseando no “protótipo”, por ser a primeira experiência neste formato, os desafios foram grandes

### k. Resultados atingidos

O conhecimento alcançado com as descobertas do conteúdo, resultou em grande crescimento pessoal e profissional, além de agregar e motivar, gerou novas formas de explorar nosso potencial.

### l. Sugestões / Outras observações

Mediante a rotina de um estudante EAD, como sugestão indicamos que o prazo de entrega deste projeto seja estendido

## 9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA1012021200458	NOME CAMILLE CRISTINA DE MIRANDA FONSECA GUSMÃO
RA 1012022100500	NOME RAFAEL RODRIGUES MORETTI
RA 1012022100544	NOME VANESSA ALVES MARTINS DE ARO BRUNELLI
RA	NOME
RA	NOME

### RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>10.IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b>
<b>CURSO:</b>
<b>MÓDULO:</b>
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b>
<b>ESTUDANTE:</b>
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b>

<b>11.DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe
Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.



Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

m. Aspectos positivos

n. Dificuldades encontradas

o. Resultados atingidos

p. Sugestões / Outras observações

## 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

**RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO**

<b>13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b>
<b>CURSO:</b>
<b>MÓDULO:</b>
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b>
<b>ESTUDANTE:</b>
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b>

<b>14.DESENVOLVIMENTO</b>
Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe
Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.
Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

q. Aspectos positivos

r. Dificuldades encontradas

s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

### 15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

