



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Itaú Unibanco S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Itaú Unibanco S.A.

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Julia de Freitas: 1012022100346

Nathalia Andrade: 1012022200993

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	2
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
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	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	6
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	7
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	7
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	8
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	8
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	10
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	13

1. INTRODUÇÃO

Brainstorming Empresarial - Explorando Possíveis Novos Negócios para o Itaú

No mundo empresarial em constante evolução, é essencial que as organizações busquem continuamente oportunidades de crescimento e inovação. O Itaú, como uma das principais instituições financeiras do Brasil, está comprometido em se manter à frente do mercado, fornecendo soluções financeiras eficientes e atendendo às necessidades de seus clientes.

Nesse contexto, surge a ideia de realizar um "Brainstorming Empresarial" focado no Itaú, uma verdadeira "tempestade de ideias" que permitirá explorar novas oportunidades de negócios para a instituição. O objetivo é identificar áreas promissoras nas quais o Itaú possa expandir seus serviços, atender a novos segmentos de mercado ou até mesmo criar produtos inovadores para se manter relevante em um ambiente empresarial em constante mudança.

Com a crescente digitalização do setor financeiro e a rápida adoção de tecnologias disruptivas, é crucial que o Itaú esteja à frente das tendências e esteja preparado para enfrentar os desafios que surgem. O brainstorming proporcionará um espaço para a criatividade e a colaboração, permitindo que funcionários, especialistas do setor e stakeholders compartilhem suas ideias e perspectivas.

Ao explorar ideias ousadas e inovadoras, é possível identificar novas oportunidades de negócios que alinhem os valores do Itaú com as necessidades e demandas emergentes do mercado. Essas ideias podem envolver desde a criação de soluções financeiras personalizadas para segmentos específicos, até a oferta de serviços digitais aprimorados e a adoção de tecnologias emergentes, como inteligência artificial, blockchain e fintechs.

O Brainstorming Empresarial se apresenta como uma ferramenta poderosa para impulsionar o desenvolvimento de novas estratégias e iniciativas, além de permitir que o Itaú se mantenha relevante e competitivo em um setor financeiro cada vez mais dinâmico. Ao explorar ideias de forma colaborativa, a instituição pode aproveitar seu conhecimento e experiência para encontrar soluções criativas que atendam às necessidades de seus clientes e fortaleçam sua posição no mercado.

Portanto, convidamos todos os envolvidos a participarem dessa jornada de brainstorming, compartilhando suas ideias e contribuindo para o futuro do Itaú. Juntos,

podemos moldar o caminho para um crescimento sustentável e inovador, aproveitando as oportunidades que o mercado oferece e mantendo o Itaú como uma referência no setor financeiro.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Itaú deu prioridade, foco e apoio e criou uma especialização para o mercado que se chama middle market, que é o segmento de mercado que reúne as empresas consideradas de médio porte. No Brasil, a classificação mais aceita para middle market, feita pelo BNDES, classifica como médio porte as empresas com faturamento entre R\$4,8 milhões e R \$300 milhões.

A ação está inserida no projeto de Transformação do Varejo do Itaú, o iVarejo 2030, que tem como objetivo fazer a operação do banco mais simples, eficiente e com maior integração entre os canais físicos e digitais, garantindo comodidade e liberdade de escolha aos clientes.

As instituições financeiras tradicionais estão sob forte pressão de concorrentes digitais, como Banco Inter, Nubank e Neon, assim como de plataformas de investimentos, a exemplo de XP ou BTG digital. Nos últimos anos, o sistema financeiro brasileiro tem passado por uma grande transformação. A chegada das fintechs, como os bancos digitais, carteiras digitais e plataformas de investimento ameaçam a soberania dos bancos tradicionais.

O grande diferencial dessas fintechs, e que atrai o olhar desses grandes investidores, é que elas apresentam uma proposta de negócio completamente diferente daquela dos bancos tradicionais.

Apoiadas em um perfil mais jovem e em uma operação mais eficiente, apostam na redução de cobrança de taxas e uso intenso da tecnologia para melhorar a experiência

do cliente, atacando diretamente as receitas tarifárias e de prestação de serviços dos grandes bancos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

São abordadas nesta parte do PI as informações sobre a proposta do novo empreendimento que está sendo pensado.

Na parte da Descrição da Empresa desse PI, foi feita apenas uma síntese sobre o novo negócio, agora é a hora de detalhar as informações utilizando os tópicos abaixo.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Diante de um cenário empresarial bancário dinâmico e competitivo, aliado às grandes mudanças tecnológicas que vem se acirrando nos últimos anos, como o aumento de transações por dispositivos móveis, mudanças constantes na regulação bancária, criações de startups, criptomoedas e blockchain, se faz cada vez mais necessário que as instituições financeiras tradicionais adaptem seu formato de trabalho em virtude dessas novas tendências, que inclui principalmente uma formação sólida de seus colaboradores, com perfis e competências aderentes a essa nova realidade do mercado, mais dinâmicos, flexíveis e dispostos à mudanças rápidas, sempre com objetivo de garantir aos clientes um atendimento de qualidade.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para a constituição de um novo empreendimento, é importante considerar as diferentes fontes de capital disponíveis

- **Empréstimos bancários:** Os bancos oferecem uma variedade de linhas de crédito para empresas, como empréstimos de curto prazo, linhas de crédito rotativo,

financiamento de equipamentos, entre outros. É fundamental pesquisar as condições e taxas de juros praticadas pelos bancos e compará-las para encontrar a opção mais adequada.

- Investidores de capital de risco: Os investidores de capital de risco são pessoas físicas ou empresas que investem capital em troca de participação acionária em empresas em estágio inicial. Eles geralmente procuram por negócios com alto potencial de crescimento e retornos significativos.

- Financiamento coletivo (crowdfunding): O crowdfunding é uma forma de obter financiamento por meio de contribuições de um grande número de pessoas. Existem plataformas online dedicadas a conectar empreendedores a pessoas dispostas a investir em projetos promissores.

- Subvenções e programas governamentais: Dependendo do setor e do país, pode haver programas governamentais que oferecem subsídios, subvenções ou empréstimos com juros subsidiados para incentivar o desenvolvimento de novos negócios. É importante pesquisar e entender os critérios e requisitos para acessar esses programas.

- Investidores anjos: Os investidores anjos são indivíduos de alto patrimônio líquido que investem capital em empresas emergentes em troca de participação acionária. Eles geralmente têm experiência e conhecimento no setor específico e podem fornecer orientação e apoio além do financiamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A proposta desse novo empreendimento é a criação de um banco inovador voltado para atender as necessidades específicas de pequenas empresas e startups. Através de uma abordagem diferenciada, buscamos preencher as lacunas existentes no

mercado financeiro, fornecendo serviços adaptados às demandas desses empreendimentos em crescimento.

- **Análise do Mercado:** O mercado financeiro atual tem se concentrado principalmente no atendimento às grandes corporações, deixando um espaço considerável para atender às necessidades das pequenas empresas e startups. Esses empreendimentos muitas vezes enfrentam dificuldades para acessar serviços bancários personalizados e soluções financeiras que atendam às suas demandas específicas.

- **Concorrentes:** Embora haja alguns bancos e instituições financeiras que oferecem serviços para pequenas empresas, identificamos uma oportunidade de diferenciação por meio da inovação e da abordagem centrada no cliente. Nosso objetivo é criar uma experiência bancária mais ágil, simplificada e adaptada para os desafios enfrentados por esses empreendimentos, destacando-nos em relação aos concorrentes tradicionais.

- **Proposta de Valor:** Nosso banco terá como foco principal a oferta de soluções financeiras sob medida para as necessidades das pequenas empresas e startups. Além dos serviços bancários tradicionais, como contas correntes, depósitos e transferências, também nos concentraremos em fornecer:

- **Linhas de crédito flexíveis:** Desenvolvemos produtos de crédito específicos que se adequem ao ciclo de vida e às características financeiras das pequenas empresas e startups. Isso incluirá opções de financiamento para capital de giro, expansão e investimentos em tecnologia.

- **Suporte financeiro para startups:** Reconhecendo as necessidades particulares das startups em seu estágio inicial, oferecemos serviços de consultoria financeira, mentoria e orientação para ajudar esses empreendimentos a gerenciar suas finanças, obter investimentos e acessar programas de incentivo governamentais.

- **Tecnologia e inovação:** Buscamos adotar tecnologias emergentes para fornecer uma experiência bancária digital eficiente e conveniente. Isso inclui

soluções de pagamento, aplicativos móveis intuitivos, acesso fácil a informações financeiras em tempo real e integração com ferramentas de gestão financeira.

- Rede de parceiros: Estabeleceremos parcerias estratégicas com aceleradoras, incubadoras, investidores e outros agentes-chave do ecossistema de startups. Essas parcerias permitirão uma colaboração mais estreita, fornecendo suporte adicional e facilitando a conexão entre empreendedores e investidores.

- Clientes: Nossos principais clientes são pequenas empresas e startups de diversos setores, incluindo tecnologia, serviços profissionais, comércio eletrônico e inovação. Além disso, também atenderemos empreendedores individuais e profissionais autônomos que buscam serviços financeiros personalizados.

- Diferenciação: Nosso diferencial será a abordagem centrada no cliente, a flexibilidade financeira e o uso de tecnologia inovadora. Estaremos atentos

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

- **Visão de Longo Prazo:** É importante estabelecer uma visão de longo prazo para o banco, descrevendo onde a empresa pretende estar no futuro. Isso pode incluir a expansão geográfica, o aumento da participação de mercado e o reconhecimento como referência no fornecimento de serviços financeiros para empreendimentos em crescimento.

- **Valores Organizacionais:** Definir os valores que irão guiar a cultura da empresa é essencial. Isso pode incluir transparência, inovação, agilidade, atendimento ao cliente de qualidade e responsabilidade social. Os valores devem ser incorporados em todas as práticas e decisões da organização.

- **Segmento de Mercado:** Identificar com clareza o segmento de mercado que será o foco principal do banco é fundamental para uma estratégia eficaz. É necessário analisar as características desse público-alvo, suas necessidades específicas e como o banco pode atender melhor suas demandas.

- **Posicionamento Competitivo:** Analisar os concorrentes existentes no mercado e definir uma estratégia de posicionamento é importante para se destacar. Identificar o que o novo banco pode oferecer de único e diferenciado, seja em termos de serviços, tecnologia, atendimento ao cliente ou proposta de valor, pode ser crucial para conquistar uma fatia de mercado.

- **Parcerias Estratégicas:** Estabelecer parcerias estratégicas com outras empresas e organizações do ecossistema empreendedor pode fortalecer a posição do banco. Isso pode incluir acordos com aceleradoras, incubadoras, investidores, fintechs ou associações empresariais, que podem fornecer acesso a clientes potenciais e recursos adicionais.

- **Tecnologia e Inovação:** Considerar a tecnologia como um pilar estratégico é essencial para o sucesso do banco. Investir em sistemas bancários modernos, soluções digitais avançadas e acompanhar as tendências tecnológicas emergentes garantirá uma experiência bancária eficiente e inovadora para os clientes.

- **Estratégia de Marketing:** Desenvolver uma estratégia de marketing adequada é crucial para atrair e conquistar clientes. Isso pode envolver ações como campanhas de divulgação, presença online forte, participação em eventos do setor, programas de fidelidade e um forte posicionamento de marca.

Ao abordar essas questões estratégicas, o novo banco terá uma base sólida para orientar suas decisões e ações. Uma estratégia clara e bem definida permitirá que a empresa se destaque no mercado, atraia e atenda às necessidades de seus clientes, e construa uma imagem de confiança e inovação.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

As estratégias empresariais de crescimento são aquelas voltadas ao aumento da capacidade produtiva, aumento do lucro, vendas e participação do mercado, é como a empresa pretende alcançar seus objetivos almejados na administração estratégica, que é o processo de planejar, executar, controlar, abrange as áreas de marketing, operações, pessoas e finanças, conduzidas através de uma estratégia ampla de organização O foco é aproveitar oportunidades de negócios e aumento do valor da empresa.

Sendo assim, entende-se o quanto a estratégia é de grande importância para qualquer organização, sendo 2 principais, são elas:

1. Estratégia cooperativa (Negociação, cooptação e coalizão)

Negociação: Quando a empresa busca fazer um acordo com as outras empresas, facilitando a troca de bens e troca de serviços. É o caso de empresas que fazem patrocínio para outras empresas e com isso tem seus nomes sempre divulgados, alcançando cada vez mais um maior público através de outra empresa.

Cooptação: A empresa incorpora a seus serviços outra empresa com a intenção de evitar ameaças competitivas. Um exemplo é quando o apresentador de televisão é contratado por outra emissora mesmo com o contrato ainda vigente, com o objetivo de levar maior audiência para a emissora contratante

Coalizão: É a junção de duas ou mais empresas com a intenção de alcançar um objetivo. neste caso temos como exemplo o Banco Itaú que se uniu com o Unibanco com objetivo de se tornar o maior banco do Brasil.

2. Estratégia competitiva (defensiva, ofensiva, analítica e reativa)

Defensiva: Essa estratégia é muito utilizada por empresas que já estão estabilizadas no mercado e querem manter o status em que estão inseridas ou defender-se dos concorrentes, portanto é usada para conservar os produtos e serviços exclusivos no mercado, manter a eficiência no controle financeiro e operacional, com racionalização das atividades e operações.

Ofensiva: Geralmente é usada por empresas que buscam oportunidades de mercado. Visam mudar o nicho para verificar em qual deles melhor vai se encaixar, portanto está sempre explorando novas oportunidades. O planejamento é voltado para os problemas que vão surgindo e não com uma visão de futuro, possui baixo grau de sistematização e as informações são veiculadas horizontalmente.

Analítica: Utilizada por empresas conservadoras, mas que buscam novas oportunidades de mercado. Tem o objetivo de explorar novas oportunidades e defender

os produtos e clientes que foram conquistados. O controle é centralizado, mas de forma moderada. Foca em ser eficiente e flexível, porém tem dificuldade na área tecnológica.

Reativa: Nesta estratégia o gestor costuma tomar decisões de forma improvisada, ou seja, que reage conforme o ambiente vai se modificando. Na maioria das vezes com atraso, pois espera o mercado agir para depois tomar decisões. Como os problemas são percebidos com atraso, as empresas costumam usar estratégias já ultrapassadas e dessa forma as operações acabam sendo ineficientes.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

O que é missão, visão e valores? Missão, visão e valores são as partes de uma das mais importantes ferramentas de gestão que as empresas podem usar para definir a sua estratégia de negócio. É através da MVV que as empresas alinham seu propósito e promovem a reflexão sobre o presente e futuro do empreendimento. Suas principais características são:

Missão: Geralmente é uma estratégia para inspirar as pessoas, mas na prática a missão descreve a nossa razão de existir. E o mais importante é que, ela pode sim mudar com o tempo, se ajustando à realidade.

Visão: Em essência a visão é o destino final, E a frase que sintetiza a visão é o desenho de uma paisagem futura, considerando que você atingiu seu objetivo e chegou ao seu objetivo. Costuma ser alvo em movimento, mas para funcionar, é preciso ser enxergada com foco.

Valores: É tudo aquilo que pode negociar dentro de uma empresa, aquilo que pode ou não fazer ali dentro, a sua lei. Você tem uma missão que te faz existir e uma visão de onde quer chegar, mas isso nunca pode ser às custas dos seus verdadeiros valores.

Existem três processos que fazem com que a Missão, Visão e Estratégia se traduzam em estratégia empresarial, o Processo de Pessoas, Processo de Estratégia e o Processo de Operações.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Apesar de não ser tratada como tal, o tripé missão, visão e valores é uma ferramenta de gestão. Isso porque atualmente está sendo muito utilizado nos novos negócios, tentando sempre mostrar seu objetivo e organização empresarial. Atualmente as propostas vêm mudando bastante, com isso a gestão das empresas também, mas como impactar o público e o comércio e se manter nessa linha da modernidade?

Missão: Ser um time obstinado em prever e atender as necessidades dos clientes e fornecedores. “Uma empresa não é definida por seu nome ou produto, mas sim por sua missão, criada pela sua razão de existir” E assim os funcionários dessa empresa ganham foco e realização para exercer o trabalho nesta empresa.

Visão: Passar da melhor forma possível o produto que você vende, e com certeza passar confiança naquilo. Muita gente confunde a visão da empresa com a sua missão, mas, além de serem diferentes em definição, precisam ser complementares para o sucesso da organização.

A visão é como as coisas se encaminham, seu direcionamento e trajetória. É a imagem do futuro que se deseja alcançar, através da missão, do foco, e do trabalho. Assim também é onde a empresa quer chegar ao longo do tempo.

Valores: Honestidade, abertura e respeito, dedicação, vontade de abraçar grandes desafios, etc...

O terceiro conceito de uma empresa é complementar missão e visão, tornando assim a identificação da organização completa . Os valores são as motivações da empresa, é a partir desses valores que os funcionários entendem normas de conduta, como ser proativo, ajudar ao colega, ou seja são os valores que guiam as tomadas de decisão.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

No tópico a seguir mostraremos as principais e melhores maneiras para ter uma estratégia empresarial de sucesso, quais condutas, o que a empresa deve ou não fazer, tudo isso pensando estrategicamente para ter êxito em sua organização.

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

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

É no processo do autoconhecimento que conseguimos conhecer a nossa missão de vida, o nosso propósito. Tudo isso pode ser apoiado por meio de planejamento que possa esboçar a nossa trajetória.

Para traçar ou rever toda nossa trajetória é necessário ter um propósito de vida, e conhecermos a nós mesmos é o passo principal para fazer escolhas e realizações que façam sentido na nossa vida.

A força representa nosso potencial e competência tanto na vida pessoal quanto na profissional, no profissional a força pode ser a combinação dos nossos conhecimentos, das nossas atitudes e de nossas habilidades. É tudo que pode ser valorizado no mundo do trabalho e na área da atuação.

Se falamos de forças, logo falamos também de nossas fraquezas e de como elas nos deixam todo dia um pouco mais fortes. Conhecer nossas fraquezas e nossas limitações nos auxiliaram na vida profissional. A nossa trajetória profissional é bastante influenciada pelo contexto no qual estamos inseridos, e uma dessas influências é a ameaça, cabe a nós mesmos a identificação de ameaças que podem impactar nossa

carreira e é preciso usar competências profissionais para enfrentá-las ou transformá-las em uma oportunidade.

Por isso é importante que se realize uma autocrítica para se aperfeiçoar considerando seus valores, princípios e posturas em que acredita.

- **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 internos e externos e internos. Por isso todos os nossos objetivos e planos devem ser organizados por meio de um planejamento claro, objetivo e viável. Alinhado com nosso propósito de vida.

Ter ideias, individuais ou em grupos, fazer um direcionamento do que realmente você quer e o que vai fazer para ter isso. Após colocar no papel todas as ideias que foram surgindo, é hora de analisar e filtrar essas ideias sempre mantendo o foco! podemos fazer o refinamento de ideias e a redução de incertezas, nos fazendo trÇes perguntas:

- 1- Quem é você? o que sabe fazer? o que ou quem conhece?
- 2- O que você poderia fazer?
- 3- Como você poderia fazer?

Existem milhares de adjetivos que se compõe nesse tema, mas os principais para o foco é:

Diferenciação: uma característica fundamental na nossa vida profissional, se destacar, não ser sempre ordinário.

Direção: Para alcançar nossos objetivos precisamos ter foco, missão e saber para onde estamos indo.

Metas e Objetivos: Podemos considerar os objetivos as aspirações na nossa vida e as metas nos auxiliam a enxergar se estamos na direção desejada, dentro dos resultados alcançados.

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

Vamos conhecer algumas ferramentas que nos darão suporte para começarmos a então a ação.

Planejamento Smart, para uma definição eficaz de metas, a técnica Smart é usada e nos possibilita orientar melhor nossos objetivos.

S- Específica

M- Mensurável

A- Atingível

R- Relevante

T - Temporal

A utilização da SMART nos ajuda na compreensão dos resultados que devemos alcançar e do desempenho obtido em cada um deles, sempre alinhados com nossos

objetivos. Utilizei neste tema o planejamento SMART, mas temos muitos outros também como, PDCA e PDCL, Matriz BCG, 5W2H e as Cinco Forças Porter, que também são de suma importância e interessante para serem aplicadas.

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

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e metas do futuro, no âmbito pessoal ou na sua carreira profissional, precisa ter condição de ser avaliado, para que possamos saber se este caminho é o certo.

Ao longo da nossa carreira devemos ter ciência que o conhecimento é o nosso principal ativo, nossa riqueza, por isso devemos criar, adquirir, preservar e claro, compartilhar. A gestão do conhecimento pessoal é definida como um processo individual e disciplinado, pelo qual entendemos as informações, observações e ideias focados no nosso auto desenvolvimento.

Podemos enriquecer o conhecimento, interagindo com o mundo lá fora, como:

- 1- Conectando, contato com outras pessoas por diversos meios, inclusive plataformas online que estão ao nosso redor.

- 2- Trocando, o intercâmbio de ideias e observações com as pessoas e organizações.

- 3- Contribuindo, por meio da colaboração na construção do conhecimento coletivo.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

<https://youtu.be/sr3LJD130rk>

No vídeo acima explicamos de formas simples e eficaz como você pode efetuar os temas acima dentro do seu ambiente de trabalho para adquirir mais conhecimento e reconhecimento no mercado financeiro.

Falamos também sobre como você pode agir dentro de uma empresas, o que deve fazer para se sentir cada vez mais seguro e acreditar que você pode tudo aquilo que almeja.

4. CONCLUSÃO

Neste projeto integrado falamos sobre a importância da gestão empreendedora que é um modelo cuja implementação deve ser considerada com carinho por quem deseja incentivar a criatividade e inovação em sua empresa.

Essas duas características são muito desejadas porque, cada vez mais, as companhias percebem necessidade de se reinventar.

Falamos também sobre a Administração estratégica, como e quando utilizarmos algumas estratégias para fazer com que a organização evolua cada vez mais, que é fundamental para o sucesso duradouro de uma empresa seja ela uma empresa de porte grande ou porte pequeno, e principalmente o profissional que estiver encarregado da gestão estratégica precisa acima de tudo, ter uma visão de futuro.

E no último tópico abordamos o assunto, Pensando Estrategicamente, onde o foco principal é sobre nosso eu, o que fazer para alcançar nossos objetivos na nossa trajetória profissional, esse tema foi bastante abordado no nosso vídeo, pois o nosso interior é uma das principais chaves para o desenvolvimento profissional, com pequenas dicas de como conquistar o que almeja.

Mais uma vez aprendemos importantes assuntos para nossa vida profissional e acadêmica com temas extremamente importantes para nossa vida também, pois a cada projeto evoluímos cada vez mais.

REFERÊNCIAS

- <https://repositorio.ufsc.br>
- <https://unifeob.grupoa.education/>
- <https://blog.egestor.com.br/>
- <https://www.itau.com.br/>
- <https://www.admfacil.com/>

ANEXOS



Fonte: Produzida e adaptada por Neil Grand, de Liedtka, J. (1998).

o estudante de gestão de negócios

A gestão de negócios e inovação é a área da administração de empresas que trata da análise, planejamento, implementação e controle de estratégias empresariais, aliando tecnologia e inovação aos processos, o que torna mais fácil alcançar as metas e objetivos.



possui espírito de liderança

O gestor de negócios e inovação entende que mais do que lidar com números, dados e estratégias, coordena pessoas. Age de forma a aproximar a equipe das metas que estabelece, de forma natural.



é flexível

Experimentar novas abordagens e processos, faz parte do dia a dia do gestor de negócios e inovação. Se valendo da máxima de que novos resultados requerem esforços nunca antes testados, identifica novas oportunidades, capta recursos e obtém insights pra qualificar processos internos.



é empreendedor

Ao abrir sua própria empresa, o profissional cria um emprego de acordo com suas habilidades, seu ritmo e seus objetivos. Além disso, uma empresa nova oferece novos postos de trabalho para o mercado.

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Autoavaliação
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval
ESTUDANTE: Julia de Freitas
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:
2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Auxiliar e ensinar como ter estratégias e uma boa gestão para que sua organização de certo.
Desafio: O maior desafio foi falar sobre autoavaliação, pois quando olhamos para nós mesmos, vemos o quão desafiador e complexo é, principalmente na vida profissional.
Cronograma das Ações: Eu e minha parceira de projeto sempre dividimos em 2 partes de 7 temas para cada e assim intercalamos durante os semestres.
Síntese das Ações: A empresa em si é uma das quais sempre desejei trabalhar, nós nos comunicamos através de mensagens e ligações por causa da distância, mas mesmo assim estamos sempre em acordo
a. Aspectos positivos: Conhecimentos sobre assunto, levando para a vida profissional.

b. Dificuldades encontradas: Poucos integrantes no grupo, alta demanda.

c. Resultados atingidos: Acredito que foram bons pois conseguimos entregar o que desejávamos.

d. Sugestões / Outras observações: Projeto Integrado me ajuda muito na vida acadêmica e profissional pois tenho mais clareza para entender.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022100346	NOME Julia de Freitas
RA 1012022200993	NOME Nathalia Andrade
RA -	NOME -
RA -	NOME -
RA -	NOME -

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Autoavaliação
CURSO: Administração
MÓDULO: Gestão Empreendedora e Administração Estratégica
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Doval
ESTUDANTE: Nathalia Andrade
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Auxiliar e ensinar como ter estratégias e uma boa gestão para que sua organização de certo.	
Desafio: O maior desafio foi falar sobre autoavaliação, pois quando olhamos para nós mesmos, vemos o quão desafiador e complexo é, principalmente na vida profissional.	
Cronograma das Ações: Eu e minha parceira de projeto sempre dividimos em 2 partes de 7 temas para cada e assim intercalamos durante os semestres.	
Síntese das Ações: A empresa em si é uma das quais sempre desejei trabalhar, nós nos comunicamos através de mensagens e ligações por causa da distância, mas mesmo assim estamos sempre em acordo	
e. Aspectos positivos: Conhecimentos sobre assunto, levando para a vida profissional.	
f. Dificuldades encontradas: Poucos integrantes no grupo, alta demanda.	
g. Resultados atingidos: Acredito que foram bons pois conseguimos entregar o que desejávamos.	
h. Sugestões / Outras observações: Projeto Integrado me ajuda muito na vida acadêmica e profissional pois tenho mais clareza para entender.	
6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA 1012022100346	NOME Julia de Freitas
RA 1012022200993	NOME Nathalia Andrade
RA -	NOME -
RA -	NOME -
RA -	NOME -

