



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO - TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
ECOLIFE SOLUTIONS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO - TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
ECOLIFE SOLUTIONS

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Gabriel Guilherme Morales, RA 1012022200024

Clodoaldo Franco de Paula, RA 1012022200039

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

Com base nas pesquisas e estudos, "brainstorming" original da língua inglesa com tradução em português "tempestade cerebral" ou "tempestade de ideias", criada em 1948, por um publicitário Alex Osborn. Consiste em uma técnica utilizada para proporcionar soluções e possibilidades para a solução do problema específico, desenvolvida individualmente ou em um conjunto de pessoas, e os mesmos devem expor as ideias e debater qual solução é adequada para a situação do problema.

A técnica é utilizada em diversas áreas, incluindo escolas, setores logísticos, desenvolvimento de artigos, entre outros. Sendo aplicada, é possível obter retornos excelentes, desde o desenvolvimento até a entrega efetiva, mas é necessário seguir os passos corretos para obter sucesso e resultados.

Segundo Ralph L. Keeney, professor e especialista em desencadeou, uso e disseminação de conceitos e técnicas de tomada de decisão, primeiro passo para um brainstorming de sucesso é identificar o problema antes de qualquer passe, e com base na situação problema iniciar o brainstorming, com orientação e apoio para o mesmo.

Segundo passo é necessária uma reunião com todos participantes do brainstorming, preparando um espaço, em que todos se sintam à vontade para se expor e oferecer tempo para que pensem e sejam expostas todas às ideias. A partir disso, é possível notar que o brainstorming já está evoluindo, e é crucial que seja anotada todas as ideias.

Após feitos os dois primeiros passos, é o momento de selecionar às ideias, ou seja, as soluções, que se aplicam melhor para o problema, sendo essencial ajuda de todos participantes, com o objetivo de expor pontos convenientes, assim, posteriormente com as soluções medianas e ruins descartadas, alcançou o ápice de aplicar e desenvolver a solução.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A EcoLife Solutions é uma empresa voltada para o setor de sustentabilidade e soluções ambientais. Sua respectiva missão é fornecer produtos e serviços inovadores que ajudem indivíduos, empresas e comunidades a adotar práticas sustentáveis e consequentemente reduzir seu impacto ambiental. O nome "EcoLife Solutions" transmite a ideia central da empresa, combinando elementos relacionados à ecologia, estilo de vida sustentável e soluções para o futuro.

A EcoLife Solutions estará inserida no setor de soluções ambientais e sustentabilidade. Os principais concorrentes são empresas que oferecem produtos e serviços semelhantes, como empresas de energia renovável, consultorias ambientais e fabricantes de produtos ecologicamente corretos. No entanto, nossa abordagem diferenciada tem foco na inovação e nos coloca em uma posição única no mercado.

Nossos clientes-alvo são indivíduos preocupados com o meio ambiente, empresas que desejam adotar práticas sustentáveis e governos locais interessados em implementar projetos de sustentabilidade. Também pretendemos alcançar consumidores conscientes, dispostos a investir em produtos e serviços que tenham um impacto positivo no planeta.

A EcoLife Solutions oferece uma ampla gama de produtos e serviços para atender às necessidades dos nossos clientes. Alguns exemplos incluem:

Consultoria em Sustentabilidade: Auxiliamos empresas e governos na identificação de oportunidades para melhorar sua eficiência energética, reduzir emissões de carbono e adotar práticas sustentáveis em suas operações.

1. Energia Renovável: Fornecemos soluções de energia renovável, como painéis solares e sistemas de energia eólica, para residências, empresas e comunidades.

2. **Produtos Ecológicos:** Desenvolvemos e comercializamos uma linha de produtos ecologicamente corretos, como itens de limpeza biodegradáveis, produtos para o lar sustentáveis e roupas feitas de materiais reciclados.
3. **Educação Ambiental:** Oferecemos programas de conscientização e treinamentos sobre sustentabilidade para empresas, escolas e comunidades, promovendo a adoção de práticas mais responsáveis em relação ao meio ambiente.
4. **Gerenciamento de Resíduos:** Oferecemos serviços de gerenciamento de resíduos, incluindo a coleta, reciclagem e disposição adequada de resíduos sólidos, ajudando empresas e comunidades a reduzir seu impacto ambiental.
5. **Soluções de Água:** Desenvolvemos tecnologias e sistemas inovadores para a conservação e purificação da água, visando a preservação desse recurso vital e o fornecimento de água potável de qualidade.

A EcoLife Solutions está comprometida em fornecer soluções de alta qualidade, tecnologicamente avançadas e socialmente responsáveis. Nossa marca busca inspirar mudanças positivas e criar um futuro mais sustentável para todos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O empreendedor ideal para liderar a EcoLife Solutions deve ser apaixonado por sustentabilidade e ter uma visão clara de como os negócios podem ser conduzidos de forma responsável e ambientalmente consciente. Além disso, algumas características e competências são fundamentais:

Conhecimento em Sustentabilidade: O empreendedor deve possuir um sólido entendimento dos princípios e práticas de sustentabilidade, bem como estar atualizado sobre as tendências e inovações do setor.

1. **Habilidades de Gestão:** É importante ter habilidades de liderança e gestão, sendo capaz de coordenar equipes, tomar decisões estratégicas e lidar com desafios do negócio.
2. **Visão Estratégica:** O empreendedor deve ser capaz de identificar oportunidades de mercado, desenvolver planos de negócios sólidos e estabelecer metas realistas para o crescimento da empresa.
3. **Criatividade e Inovação:** Ser capaz de pensar de forma criativa e inovadora é essencial para oferecer soluções únicas e se diferenciar no mercado.
4. **Habilidades de Comunicação:** É importante ter habilidades de comunicação eficazes para transmitir a visão da empresa, construir relacionamentos com clientes, parceiros e stakeholders e promover a conscientização sobre sustentabilidade.

No aspecto técnico das operações, algumas competências são cruciais para garantir a eficiência e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos:

1. **Conhecimento Técnico-Especializado:** É fundamental ter conhecimentos sólidos em áreas como energia renovável, gerenciamento de resíduos, tecnologias de água, produtos ecológicos, entre outras, dependendo do foco específico da empresa.
2. **Gestão da Cadeia de Suprimentos:** Gerenciar o fornecimento de materiais, insumos e parceiros é essencial para garantir a qualidade dos produtos e serviços, bem como a sustentabilidade das operações.
3. **Qualidade e Sustentabilidade:** O empreendedor deve se comprometer com altos padrões de qualidade e sustentabilidade em todas as etapas das operações, desde a aquisição de matérias-primas até a entrega final aos clientes.
4. **Capacidade de Inovação Tecnológica:** Acompanhar as últimas tendências em tecnologia sustentável e adotar inovações relevantes é importante para se manter competitivo no mercado.
5. **Gerenciamento de Riscos e Compliance:** É necessário ter uma compreensão das questões regulatórias e de conformidade relacionadas ao setor de sustentabilidade, bem como habilidades de gerenciamento de riscos para mitigar possíveis impactos negativos.

Ao combinar um perfil empreendedor com essas competências técnicas, a EcoLife Solutions terá uma base sólida para gerir o negócio de forma eficaz e bem-sucedida, garantindo o crescimento sustentável e a realização da missão da empresa.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Existem várias fontes de capital que podem ser exploradas para a constituição da EcoLife Solutions. Algumas opções comuns incluem:

1. **Capital Próprio:** O empreendedor pode investir seus próprios recursos financeiros para iniciar o empreendimento. Isso pode envolver a utilização de economias pessoais, investimentos anteriores ou aporte de fundos provenientes de outras fontes pessoais.
2. **Parcerias e Investidores:** Buscar parcerias estratégicas ou investidores que compartilhem a visão da empresa e estejam dispostos a investir financeiramente pode ser uma opção. Essas parcerias podem envolver fundos de investimento, investidores-anjo ou outros empreendedores interessados no setor de sustentabilidade.
3. **Empréstimos Bancários:** A obtenção de empréstimos comerciais de instituições financeiras é uma forma comum de financiamento para novos empreendimentos. É importante elaborar um plano de negócios sólido e apresentá-lo aos bancos para demonstrar a viabilidade do empreendimento e garantir acesso ao crédito.
4. **Financiamento Coletivo (Crowdfunding):** O crowdfunding é uma alternativa cada vez mais popular para arrecadar fundos. Por meio de plataformas online, a EcoLife Solutions pode divulgar seu projeto e oferecer recompensas ou ações aos investidores em potencial.
5. **Subsídios e Incentivos Governamentais:** Em alguns países, governos oferecem subsídios, incentivos fiscais ou programas de financiamento específicos para empresas que atuam no setor de sustentabilidade. Pesquisar e buscar essas oportunidades pode ser uma forma de obter recursos para o empreendimento.

É importante ressaltar que a combinação de diferentes fontes de capital pode ser uma estratégia eficaz para a constituição do novo empreendimento, buscando diversificar as fontes de financiamento e minimizar riscos financeiros. Cada opção de financiamento

deve ser avaliada considerando a situação financeira da empresa, as necessidades de capital e as condições do mercado.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A EcoLife Solutions é uma empresa voltada para o setor de sustentabilidade e soluções ambientais. Nossa proposta é oferecer produtos e serviços inovadores que ajudem indivíduos, empresas e comunidades a adotar práticas sustentáveis e reduzir seu impacto ambiental.

Setor e Análise de Mercado: A EcoLife Solutions estará inserida no crescente setor de sustentabilidade, que tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos devido à crescente conscientização sobre a importância da preservação ambiental e da busca por soluções sustentáveis. O mercado de sustentabilidade abrange diversos segmentos, como energia renovável, gestão de resíduos, produtos ecológicos, consultoria em sustentabilidade e educação ambiental. O mercado de sustentabilidade está em constante crescimento e apresenta diversas oportunidades para empresas inovadoras e comprometidas com a proteção ambiental. A conscientização sobre as questões ambientais aumentou significativamente nos últimos anos, impulsionada por preocupações com as mudanças climáticas, esgotamento dos recursos naturais e impactos negativos da atividade humana no planeta.

Nesse contexto, os consumidores estão cada vez mais interessados em adotar práticas sustentáveis em suas vidas diárias. Eles buscam produtos e serviços que sejam ecologicamente corretos, com menor impacto ambiental e produzidos de forma ética. Esse comportamento de compra consciente tem impulsionado a demanda por soluções sustentáveis em vários setores, desde energia e transporte até alimentos e produtos de consumo.

Além disso, as empresas também estão reconhecendo a importância da sustentabilidade em suas estratégias de negócios. Elas buscam reduzir sua pegada ambiental, melhorar sua reputação corporativa e atender às crescentes demandas dos consumidores por produtos e serviços sustentáveis. Muitas organizações estão adotando práticas de economia de energia, implementando fontes de energia renovável, otimizando a gestão de resíduos e promovendo cadeias de suprimentos sustentáveis.

No âmbito governamental, políticas e regulamentações estão sendo implementadas para incentivar práticas sustentáveis e reduzir as emissões de carbono. Os governos estão estabelecendo metas ambiciosas de sustentabilidade e oferecendo incentivos financeiros para empresas e indivíduos que adotam medidas e tecnologias mais sustentáveis.

No entanto, apesar do crescimento do mercado de sustentabilidade, ainda existem desafios a serem enfrentados. Um deles é o custo percebido dos produtos e

serviços sustentáveis, que pode ser maior em comparação com alternativas convencionais. Além disso, a falta de conscientização e conhecimento sobre soluções sustentáveis pode limitar a demanda em certos segmentos.

No entanto, a tendência é de que o mercado de sustentabilidade continue a se expandir à medida que a conscientização e a demanda por soluções sustentáveis aumentam. Empresas inovadoras, como a EcoLife Solutions, têm a oportunidade de capitalizar nesse mercado em crescimento, oferecendo produtos e serviços que atendam às necessidades dos consumidores e empresas comprometidos com a sustentabilidade. O sucesso nesse setor requer uma combinação de produtos de qualidade, estratégias de marketing eficazes, parcerias estratégicas e um compromisso contínuo com a inovação e a melhoria.

Nossos principais concorrentes nesse setor incluem empresas de energia renovável, consultorias ambientais, fabricantes de produtos ecologicamente corretos e provedores de soluções de gestão de resíduos. Essas empresas já estabelecidas possuem uma base de clientes consolidada e uma presença no mercado. No entanto, identificamos uma oportunidade para nos destacarmos por meio de nossa abordagem diferenciada e inovação constante. **Empresas de Energia Renovável:** Existem várias empresas que se concentram na geração de energia limpa e renovável, como solar, eólica e hidrelétrica. Essas empresas oferecem soluções de energia sustentável para residências, empresas e até mesmo redes elétricas. Elas podem competir com a EcoLife Solutions no fornecimento de energia renovável ou na implementação de sistemas de energia solar.

Empresas de Eficiência Energética: Essas empresas se concentram em ajudar clientes a reduzir o consumo de energia e otimizar a eficiência energética em edifícios, processos industriais e infraestruturas. Elas oferecem soluções como sistemas de iluminação eficientes, gestão inteligente de energia e monitoramento de consumo. A EcoLife Solutions pode competir com essas empresas no fornecimento de soluções de eficiência energética personalizadas.

Empresas de Gestão de Resíduos: Empresas especializadas em gestão de resíduos oferecem serviços de coleta, reciclagem e tratamento de resíduos sólidos e líquidos. Elas ajudam as empresas a minimizar o impacto ambiental de seus resíduos e a adotar práticas de reciclagem adequadas. A EcoLife Solutions pode competir nesse segmento oferecendo soluções de gestão de resíduos abrangentes e personalizadas.

Empresas de Produtos Sustentáveis: Há uma ampla gama de empresas que fabricam e comercializam produtos sustentáveis, como produtos de limpeza e higiene pessoal naturais, roupas orgânicas, alimentos orgânicos, entre outros. Essas empresas

podem ser concorrentes indiretos da EcoLife Solutions, uma vez que atendem às necessidades dos consumidores que buscam alternativas sustentáveis.

Startups e Empreendimentos Inovadores: O setor de sustentabilidade é um terreno fértil para startups e empreendimentos inovadores. Novas empresas estão surgindo com soluções inovadoras em diversas áreas, como transporte sustentável, agricultura regenerativa, tecnologias de monitoramento ambiental, entre outras. Essas startups podem representar concorrência direta ou potencialmente se tornar parceiras ou alvos de aquisição para a EcoLife Solutions.

Ao analisar a concorrência, a EcoLife Solutions deve identificar as principais forças e fraquezas de seus concorrentes, bem como as oportunidades de diferenciação. Isso permitirá que a empresa posicione seus produtos e serviços de forma única no mercado, destacando seus benefícios exclusivos, qualidade, atendimento ao cliente e abordagem sustentável. A inovação contínua e o desenvolvimento de parcerias estratégicas também são essenciais para se destacar no mercado competitivo de sustentabilidade.

Clientes: Nossos clientes-alvo são indivíduos preocupados com o meio ambiente, empresas que desejam adotar práticas sustentáveis e governos locais interessados em implementar projetos de sustentabilidade. Os indivíduos conscientes buscam produtos e serviços que possam ajudá-los a reduzir seu impacto ambiental no dia a dia. As empresas estão cada vez mais interessadas em adotar práticas sustentáveis em suas operações para atender às demandas do mercado e melhorar sua reputação. Os governos locais têm buscado soluções de sustentabilidade para reduzir emissões de carbono, melhorar a qualidade do ar e alcançar metas de desenvolvimento sustentável.

Os clientes da EcoLife Solutions são aqueles que valorizam a sustentabilidade e estão dispostos a adotar práticas e produtos eco-friendly em suas vidas pessoais ou em suas empresas. Aqui estão alguns perfis de clientes em potencial que a EcoLife Solutions pode atender:

Consumidores Conscientes: Os consumidores conscientes são indivíduos que se preocupam com o meio ambiente e buscam adotar um estilo de vida sustentável. Eles estão dispostos a pagar um pouco mais por produtos que tenham menor impacto ambiental, sejam produzidos de forma ética e se alinhem aos seus valores. Esses consumidores podem se interessar pelos produtos e serviços oferecidos pela EcoLife Solutions, como soluções de energia renovável, produtos sustentáveis para o lar, transporte eco-friendly, entre outros.

Empresas Comprometidas com a Sustentabilidade: Empresas de diferentes setores estão cada vez mais adotando práticas sustentáveis como parte de sua responsabilidade social corporativa. Elas buscam reduzir sua pegada ambiental,

melhorar a eficiência energética, implementar gestão de resíduos adequada e adotar soluções sustentáveis em suas operações. A EcoLife Solutions pode atender essas empresas oferecendo serviços de consultoria em sustentabilidade, soluções de energia renovável, gestão de resíduos, entre outros.

Instituições Governamentais: Governos locais, regionais ou nacionais estão estabelecendo metas ambiciosas de sustentabilidade e buscando soluções para reduzir as emissões de carbono, melhorar a qualidade do ar e implementar práticas mais sustentáveis em suas infraestruturas. A EcoLife Solutions pode fornecer serviços de consultoria em sustentabilidade, projetos de energia renovável e soluções de gestão de resíduos para essas instituições.

Organizações sem Fins Lucrativos: O setor sem fins lucrativos muitas vezes está envolvido em projetos e iniciativas de proteção ambiental e sustentabilidade. Essas organizações podem se tornar clientes da EcoLife Solutions para obter suporte técnico, consultoria especializada ou soluções sustentáveis específicas para seus projetos.

É importante realizar pesquisas de mercado e segmentação para identificar com mais precisão os clientes ideais da EcoLife Solutions. Compreender as necessidades, preferências e motivações desses clientes permitirá que a empresa desenvolva produtos e serviços que atendam às suas demandas específicas. A EcoLife Solutions deve comunicar claramente os benefícios de seus produtos e serviços sustentáveis para atrair e conquistar os clientes em potencial. A construção de relacionamentos sólidos com os clientes, fornecendo um excelente atendimento e demonstrando um compromisso genuíno com a sustentabilidade, será essencial para o sucesso do empreendimento.

Produtos e Serviços: A EcoLife Solutions oferece uma ampla gama de produtos e serviços para atender às necessidades dos nossos clientes. Alguns exemplos incluem:

Consultoria em Sustentabilidade: Auxiliamos empresas e governos na identificação de oportunidades para melhorar sua eficiência energética, reduzir emissões de carbono e adotar práticas sustentáveis em suas operações. Nossos consultores altamente qualificados trabalharão em estreita colaboração com os clientes, fornecendo análises detalhadas, recomendações personalizadas e apoio na implementação das medidas sustentáveis.

Energia Renovável: Fornecemos soluções de energia renovável, como painéis solares e sistemas de energia eólica, para residências, empresas e comunidades. Nosso objetivo é ajudar os clientes a reduzir sua dependência de combustíveis fósseis e adotar fontes de energia mais limpas e sustentáveis.

Produtos Ecológicos: Desenvolvemos e comercializamos uma linha de produtos ecologicamente corretos, como itens de limpeza biodegradáveis, produtos para o lar

sustentáveis e roupas feitas de materiais reciclados. Nossos produtos são projetados para atender às demandas dos consumidores conscientes que desejam fazer escolhas mais sustentáveis em seu dia a dia.

Educação Ambiental: Oferecemos programas de conscientização e treinamentos sobre sustentabilidade para empresas, escolas e comunidades. Nosso objetivo é aumentar a conscientização sobre questões ambientais, fornecer informações relevantes e capacitar as pessoas a adotarem práticas mais sustentáveis em suas vidas pessoais e profissionais.

Gerenciamento de Resíduos: Oferecemos serviços de gerenciamento de resíduos, incluindo a coleta, reciclagem e disposição adequada de resíduos sólidos, ajudando empresas e comunidades a reduzir seu impacto ambiental. Trabalhamos em estreita colaboração com nossos clientes para implementar soluções personalizadas de gestão de resíduos que atendam aos mais altos padrões de sustentabilidade.

Soluções de Água: Desenvolvemos tecnologias e sistemas inovadores para a conservação e purificação da água, visando a preservação desse recurso vital e o fornecimento de água potável de qualidade. Nossas soluções incluem sistemas de reutilização de água, tratamento de água avançado e tecnologias de captação de água da chuva.

Fontes de Capital: Para a constituição desse novo empreendimento, as fontes de capital podem incluir:

Capital Próprio: Os proprietários podem investir seus próprios recursos financeiros para iniciar o empreendimento. Isso pode envolver a utilização de economias pessoais, investimentos anteriores ou aporte de fundos provenientes de outras fontes pessoais.

Parcerias e Investidores: Buscar parcerias estratégicas ou investidores que compartilhem a visão da empresa e estejam dispostos a investir financeiramente pode ser uma opção. Essas parcerias podem envolver fundos de investimento, investidores-anjo ou outros empreendedores interessados no setor de sustentabilidade.

Empréstimos Bancários: A obtenção de empréstimos comerciais de instituições financeiras é uma forma comum de financiamento para novos empreendimentos. É importante elaborar um plano de negócios sólido e apresentá-lo aos bancos para demonstrar a viabilidade do empreendimento e garantir acesso ao crédito.

Financiamento Coletivo (Crowdfunding): O crowdfunding é uma alternativa cada vez mais popular para arrecadar fundos. Por meio de plataformas online, a EcoLife

Solutions pode divulgar seu projeto e oferecer recompensas ou ações aos investidores em potencial.

Subsídios e Incentivos Governamentais: Em alguns países, governos oferecem subsídios, incentivos fiscais ou programas de financiamento específicos para empresas que atuam no setor de sustentabilidade. Pesquisar e buscar essas oportunidades pode ser uma forma de obter recursos para o empreendimento.

A combinação de diferentes fontes de capital pode ser uma estratégia eficaz para a constituição do novo empreendimento, buscando diversificar as fontes de financiamento e minimizar riscos financeiros. Cada opção de financiamento deve ser avaliada considerando a situação financeira da empresa, as necessidades de capital e as condições do mercado.

Além das fontes de capital mencionadas anteriormente, a EcoLife Solutions pode explorar outras alternativas para obter recursos financeiros. Algumas opções adicionais podem incluir:

Programas de Subvenção: Existem programas governamentais, organizações sem fins lucrativos e fundações que oferecem subsídios e subvenções para empreendimentos que promovem a sustentabilidade e a proteção ambiental. Esses recursos podem ser utilizados para financiar projetos específicos ou apoiar as operações gerais da empresa.

Parcerias Estratégicas: Buscar parcerias com outras empresas ou organizações que compartilhem valores semelhantes pode trazer benefícios financeiros. Isso pode incluir acordos de co-marketing, colaboração em projetos conjuntos ou a participação em programas de financiamento específicos.

Investidores de Impacto: Os investidores de impacto são indivíduos ou instituições que buscam retornos financeiros, ao mesmo tempo em que têm o objetivo de gerar impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. Buscar investidores com esse perfil pode ser uma forma de obter capital e apoio para a EcoLife Solutions.

Programas de Inovação e Startups: Em alguns países, existem programas governamentais e incubadoras de startups que oferecem suporte financeiro e recursos adicionais para empreendimentos inovadores e sustentáveis. Participar desses programas pode proporcionar acesso a financiamento e mentoria especializada.

Financiamento de Capital de Risco: Em estágios posteriores de desenvolvimento, a EcoLife Solutions pode atrair investidores de capital de risco que estejam interessados em empresas com potencial de crescimento significativo. Esses

investidores estão dispostos a investir quantias substanciais em troca de participação acionária na empresa.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A definição clara da estratégia da empresa ajudará a orientar todas as decisões e ações da EcoLife Solutions, garantindo que ela esteja alinhada com seus objetivos e valores. É essencial comunicar e integrar essa estratégia em toda a organização, envolvendo todos os colaboradores para alcançar o sucesso e a sustentabilidade desejados. Aqui estão alguns aspectos importantes a serem considerados na definição da estratégia da empresa:

Posicionamento: É importante definir como a EcoLife Solutions se posicionará no mercado em relação aos concorrentes. Pode ser como uma empresa especializada em soluções sustentáveis abrangentes e personalizadas, destacando-se pelo compromisso com a qualidade, atendimento ao cliente e impacto ambiental positivo.

Segmento de Mercado: A empresa deve identificar os segmentos de mercado mais relevantes e estratégicos para direcionar seus esforços. Isso pode incluir consumidores individuais conscientes, empresas comprometidas com a sustentabilidade e instituições governamentais.

Diferenciação: É importante identificar quais são os principais diferenciais da EcoLife Solutions em relação aos concorrentes. Pode ser a expertise técnica da equipe, o foco em soluções personalizadas, a abordagem integrada ou a capacidade de oferecer uma ampla gama de produtos e serviços sustentáveis.

Parcerias Estratégicas: Identificar possíveis parcerias estratégicas com outras empresas ou organizações complementares pode ser uma estratégia eficaz para expandir a oferta de produtos e serviços da EcoLife Solutions, alcançar novos mercados ou aumentar a visibilidade da marca.

Crescimento Sustentável: Além de uma estratégia de curto prazo, é importante considerar como a EcoLife Solutions planeja crescer e se desenvolver a longo prazo. Isso pode incluir a expansão geográfica, o desenvolvimento de novos produtos e

serviços, a adoção de tecnologias inovadoras e a busca de financiamento para investimentos futuros.

Plano de Marketing: Um plano de marketing abrangente é essencial para posicionar a EcoLife Solutions no mercado, atrair clientes e aumentar a conscientização sobre seus produtos e serviços sustentáveis. Isso pode incluir estratégias de branding, campanhas de publicidade, presença nas redes sociais, marketing de conteúdo e participação em eventos relevantes.

Gestão de Operações: Uma operação eficiente e bem organizada é fundamental para o sucesso da EcoLife Solutions. Isso envolve a definição de processos e procedimentos para a entrega de produtos e serviços, gestão de estoque, logística, gestão de fornecedores e controle de qualidade. A eficiência operacional contribuirá para a satisfação do cliente e para a otimização dos recursos.

Gestão Financeira: A gestão financeira adequada é crucial para a saúde e a sustentabilidade financeira da empresa. Isso inclui o planejamento de orçamento, gestão de fluxo de caixa, análise de viabilidade de investimentos, controle de custos e precificação dos produtos e serviços. A EcoLife Solutions deve garantir que seus preços sejam competitivos, ao mesmo tempo em que reflitam o valor agregado de suas soluções sustentáveis.

Desenvolvimento de Equipe: A formação de uma equipe competente e comprometida é essencial para o sucesso do novo empreendimento. A EcoLife Solutions deve buscar profissionais com conhecimentos técnicos e experiência em sustentabilidade, bem como habilidades em gestão, vendas, marketing e atendimento ao cliente. O desenvolvimento contínuo da equipe por meio de treinamentos e programas de capacitação é fundamental para aprimorar as competências e impulsionar a inovação.

Monitoramento e Avaliação: A EcoLife Solutions deve implementar sistemas de monitoramento e avaliação para acompanhar o progresso em relação aos objetivos estratégicos estabelecidos. Isso envolve a definição de indicadores-chave de desempenho, análise de dados, feedback dos clientes e avaliação regular das estratégias adotadas. Essas informações ajudarão a identificar áreas de melhoria, ajustar a abordagem e garantir a sustentabilidade e o crescimento do negócio.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são elementos-chave no desenvolvimento estratégico de uma empresa. Veja abaixo o significado de cada um deles:

Missão: A missão é uma declaração concisa que descreve o propósito fundamental da empresa, sua razão de existir. Ela define o que a empresa faz, para quem faz e como faz. A missão é orientadora e serve como um guia para as ações e decisões da empresa. Ela deve transmitir claramente o valor que a empresa proporciona aos seus clientes e à sociedade em geral.

Visão: A visão representa a imagem futura desejada da empresa. É uma declaração que descreve o que a empresa aspira ser a longo prazo, onde quer chegar e como deseja ser reconhecida no mercado. A visão inspira e motiva a organização, estabelecendo uma direção clara para o crescimento e desenvolvimento. Ela pode incluir elementos como expansão geográfica, liderança no mercado, inovação, entre outros.

Valores: Os valores são os princípios e crenças fundamentais que guiam o comportamento e as decisões de uma empresa. Eles representam as características e as normas culturais da organização. Os valores são a base para a cultura empresarial e definem como os colaboradores se comportam, como a empresa interage com os clientes e a sociedade, e como são tomadas as decisões. Os valores podem incluir ética, integridade, respeito, excelência, responsabilidade social, entre outros.

Em resumo, a missão define o propósito da empresa, a visão estabelece a direção futura e a visão de sucesso, e os valores guiam as ações e decisões de acordo com os princípios e crenças da empresa. Esses elementos estratégicos são fundamentais para criar uma identidade forte, orientar as atividades da empresa e proporcionar uma base sólida para o crescimento e sucesso a longo prazo.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão: A missão da EcoLife Solutions deve expressar o propósito central da empresa e seu compromisso com a sustentabilidade. Pode ser algo como "Fornecer soluções inovadoras e sustentáveis que ajudem os clientes a reduzir seu impacto ambiental e promovam um estilo de vida mais eco-friendly".

Visão: A visão representa a imagem futura desejada para a empresa. Pode ser algo como "Tornar-se a principal referência em soluções sustentáveis, promovendo a transição para uma sociedade mais verde e consciente".

Valores: Os valores são os princípios e crenças fundamentais que guiam as ações da empresa. Exemplos de valores que a EcoLife Solutions pode adotar incluem sustentabilidade, inovação, qualidade, ética e responsabilidade social.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Tópico 1: AUTOCONHECIMENTO: EU, CAÇADOR DE MIM

“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.

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: A definição do propósito de vida deve passar por um exercício de autoanálise. Conhecer-nos de forma plena ajudará a traçar as diretrizes de nossa trajetória rumo ao alcance dos nossos sonhos.

ANÁLISE FOFA: Uma técnica de planejamento estratégico que podemos utilizar para a autoanálise é a Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). É também conhecida por SWOT, que em inglês significa: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Na perspectiva interna, analisamos as capacidades e aptidões que podem ajudar ou limitar o alcance de nosso propósito. Na perspectiva externa, olhamos para fora, para o ambiente à nossa volta, analisando as potencialidades e condições que podem nos influenciar de forma positiva ou negativa.

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.

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.

OPORTUNIDADES

As oportunidades representam o olhar 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.

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.

FRAQUEZAS

Conhecer nossas limitações e fraquezas nos ajudará no desenvolvimento da carreira. Essa é uma análise de perspectiva interna da pessoa. Seu objetivo é tomar consciência dos elementos que podem dificultar ou criar barreiras que vão de encontro ao nosso propósito profissional.

Exemplos de 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

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

Alguns exemplos de ameaças: alterações na legislação que rege uma profissão; novas profissões na área; barreiras para empreender na profissão; altos custos para se qualificar na carreira.

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.

Tópico 2 – Quando você não 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 lista de ideias gerada no brainstorming precisa ser avaliada e analisada por nós, a fim de filtrarmos essas sugestões. Quanto maior o número de ideias, melhor. As críticas ficam de fora durante a sessão. Quanto mais criativa e inusitada a ideia, melhor. A combinação e o aprimoramento de ideias é sempre bem-vinda.

FOCO, REFINAMENTO DAS IDEIAS, ESCOLHAS

Após “colocar no papel” todas as ideias que surgiram, é hora de analisar e filtrar essas ideias, sempre mantendo o foco! Podemos fazer o refinamento de ideias e a redução das incertezas, selecionando três alternativas para priorizar naquele momento da nossa vida.

FUNIL DE IDEIAS

Uma boa técnica para a análise e refinamento das ideias é o chamado funil de ideias.

DIFERENCIAÇÃO

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

COMO NOS DIFERENCIAMOS NA CARREIRA?

Um caminho é analisar dois tipos básicos de habilidades que possuímos e buscar o nosso aperfeiçoamento enquanto profissionais, estudantes, líderes, parte de grupos sociais, integrantes da família! Podemos dividir as habilidades em dois grupos, sendo as hardskills e as softskills.

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

Devemos visualizar os objetivos como aspirações na nossa vida, e as metas nos auxiliam a avaliar se estamos caminhando na direção desejada, dentro dos resultados esperados. Desde a nossa infância, possuímos metas e indicadores de aprendizagem e aprovação. 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.

Objetivo; 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.

Outra ferramenta extremamente eficaz (e visual) para realizarmos um planejamento é o Modelo de Negócio Canvas. Podemos utilizá-lo para desenvolver um Canvas Pessoal. São perguntas que precisam ser respondidas objetivamente em um quadro resumido. Elas proporcionarão uma visão macro do contexto, permitindo a criação ou adaptação do nosso planejamento, antes de começarmos a executá-lo.

TÓPICO 3:

AÇÃO: 1% DE INSPIRAÇÃO E 99% DE TRANSPIRAÇÃO

Você sabia que existe 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.

A meta precisa atender a esses cinco requisitos: A meta precisa ser específica/clara (S), para que possa ter seu desempenho medido (M), motivando e estimulando o profissional a atingi-la (A), para colaborar com seu propósito profissional (R), dentro de um período de tempo exequível (T).

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. Ela segue as seguintes etapas de um plano de ação: Ao aplicar as metodologias PDCA ou PDCL precisamos nos lembrar de que o aperfeiçoamento é uma atitude contínua, que pode ser melhorado de maneira cíclica para o alcance das metas e objetivos estabelecidos.

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 mapearmos a atratividade delas na carreira. E podemos também analisar o contexto da área em que estaremos 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. A matriz BCG, uma técnica que analisa o portfólio de produtos da empresa na ótica do ciclo de vida dos produtos, representa graficamente o crescimento do mercado em relação à participação relativa do produto nesse mercado.

Para utilizar a matriz BCG e analisar nossas competências, precisamos entender que:

Estrela: são competências importantes agora e no futuro, que devemos continuar desenvolvendo;

Interrogação: são as competências que ainda não dominamos, nas quais podemos ter de investir;

Vaca leiteira: são competências que geram o seu fluxo de caixa financeiro atualmente;

Cão: são competências que não possuímos ou dominamos, mas que não merecem um investimento de nossa parte.

Precisamos analisar nossas competências e as que são exigidas na profissão, tentando localizar e classifica-las dentro dos quadrantes da matriz.

Por fim, as profissões evoluem e passam a exigir novas competências já no presente e para o futuro, bem como algumas podem estar em declínio e deixar de ter relevância.

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 podemos elaborar uma série de planos, tarefas e criar um cronograma de curto prazo para direcionarmos nossos esforços para obter resultados.

Respondendo as sete perguntas do 5W2H com frases curtas, conseguimos visualizar um mapa de todas as ações necessárias para controlar e executar planejamentos, rumo aos objetivos estabelecidos.

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.

Diante disso, vamos refletir sobre algumas possibilidades que podem nos auxiliar a avaliar esses resultados! Avance e conheça formas de definir os seus indicadores.

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.

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:

1. Conectando: contato com outras pessoas por diversos meios, inclusive plataformas online ao nosso alcance.
2. Trocando: o intercâmbio de ideias e observações com as pessoas e organizações.
3. 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.

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.

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.

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 em nossa trajetória pessoal e profissional.

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).

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).

Utilizando essa ferramenta, precisamos projetar cenários e previsões do que poderá acontecer ao longo dos anos, bem como olharmos para potenciais mudanças no futuro.

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.

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.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

MATRIZ SWOT



01 FORÇAS (STRENGTHS)
São suas habilidades, atitudes e pontos fortes. ex: o domínio de um segundo idioma ou ter proatividade.

02 FRAQUEZAS (WEAKNESSES)
São as limitações e fraquezas que impedem o desenvolvimento. ex: não conseguir trabalhar em grupo ou a falta de softskills.

03 OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES)
São as oportunidades da carreira e área de atuação, faz parte do ambiente externo. ex: melhora no mercado de trabalho ou novas vagas disponíveis.

04 AMEAÇAS (THREATS)
São situações que podem gerar um certo risco e criar barreiras para o nosso objetivo. ex: aumento excessivo da inflac



4. CONCLUSÃO

Nesta proposta de um novo empreendimento chamado EcoLife Solutions, foram abordados diversos aspectos cruciais para o desenvolvimento do negócio. Inicialmente, foi descrito o setor em que a empresa estará inserida, destacando o mercado de soluções sustentáveis e a crescente demanda por produtos e serviços eco-friendly.

Também foram mencionados os possíveis concorrentes da EcoLife Solutions, destacando a importância de identificar e analisar a concorrência para desenvolver estratégias de diferenciação e posicionamento eficazes. Além disso, foi discutido o perfil dos potenciais clientes, incluindo consumidores conscientes, empresas comprometidas com a sustentabilidade e instituições governamentais.

No que diz respeito aos produtos e serviços oferecidos pela EcoLife Solutions, foram mencionadas soluções de energia renovável, produtos sustentáveis para o lar, transporte eco-friendly, entre outros. A diversificação da oferta e a personalização das soluções são aspectos importantes para atender às necessidades e preferências dos clientes.

Ao abordar as questões estratégicas, discutiu-se a importância de estabelecer uma missão clara, uma visão inspiradora e valores que orientem as ações da empresa. Esses elementos fornecem uma base sólida para a tomada de decisões e o direcionamento de todas as atividades.

Foram mencionadas também questões como o perfil do empreendedor, as competências necessárias para gerir o negócio e as questões técnicas relacionadas às operações. Esses aspectos são fundamentais para garantir uma gestão eficiente e o sucesso do empreendimento.

Ao longo do desenvolvimento do negócio, a EcoLife Solutions enfrentará desafios e dificuldades. É importante estar preparado para lidar com a concorrência acirrada, as mudanças regulatórias, a necessidade de inovação constante e a busca por fontes de capital para financiar o crescimento do negócio.

Por fim, a conclusão desta proposta destaca a importância de desenvolver uma estratégia abrangente, baseada em uma sólida compreensão do mercado, dos clientes e dos concorrentes. A EcoLife Solutions tem a oportunidade de se posicionar como uma empresa líder no setor de soluções sustentáveis, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade, alinhados com os valores dos clientes e com um impacto ambiental positivo.

Com uma equipe qualificada, uma estratégia bem definida e uma abordagem orientada para a sustentabilidade, a EcoLife Solutions pode se tornar uma referência no

mercado, contribuindo para a construção de um futuro mais verde e consciente. O compromisso com a inovação, a qualidade e a satisfação do cliente serão fundamentais para superar os desafios e alcançar o sucesso a longo prazo.

REFERÊNCIAS

<https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/304837/content/3279389>

ANEXOS

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: DANILO MORAIS DOVAL - LUIZ FERNANDO PANCINE
ESTUDANTE: GABRIEL GUILHERME MORALES
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: JUNHO DE 2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>O projeto foi uma grande oportunidade para nós alunos desenvolvermos nossas habilidades e colocarmos nosso conhecimento em prática, desenvolvendo assim o trabalho em equipe. Brainstorming foi essencial para nosso objetivo e foi satisfatório esse novo empreendimento “EcoLife Solutions”.</p>
<p>Um dos maiores desafios foi definir os clientes em potencial com um bom embasamento e profundidade, tentamos evitar uma definição superficial e clichê do público-alvo, descrevendo bem como eles seriam e quais seriam seus interesses e comportamentos.</p>
<p>Quatro dias na semana eram reservados para o Projeto Integrado, o cronograma tinha como objetivo 30min de pesquisa e 30min projetando os novos conhecimentos no arquivo, fragmentando os textos e tornando sua construção mais viável e harmônica.</p>
<p>A principal fonte de informações nesse projeto foram os jornais e revistas, visto que eles podem oferecer um grande conhecimento para o leitor. Os encontros foram todos virtuais, pois é importante usar a tecnologia a nosso favor, e também são bem mais viáveis para ambas as partes.</p>
<p>a. Aprendemos bastante com esse projeto, foi essencial ter feito ele.</p>

b. definir de forma precisa os clientes e o grupo foi reduzido, mas tais dificuldades foram superadas com êxito.

c. Atingimos um grau mais alto no trabalho em equipe e fomos incentivados a usarmos nossa imaginação.

d. Ótima oportunidade para os alunos se desenvolverem.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200024	NOME: GABRIEL GUILHERME MORALES
RA 1012022200039	NOME: CLODOALDO FRANCO DE PAULA
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

CURSO: TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

MÓDULO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PROFESSOR RESPONSÁVEL: DANILO MORAIS DOVAL - LUIZ FERNANDO PANCINE

ESTUDANTE: CLODOALDO FRANCO DE PAULA

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: JUNHO DE 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto foi uma grande oportunidade para nós alunos desenvolvermos nossas habilidades e colocarmos nosso conhecimento em prática, desenvolvendo assim o trabalho em equipe. Brainstorming foi essencial para nosso objetivo e foi satisfatório esse novo empreendimento “EcoLife Solutions”.

Desafio: Um dos maiores desafios foi definir os clientes em potencial com um bom embasamento e profundidade, tentamos evitar uma definição superficial e clichê do público-alvo, descrevendo bem como eles seriam e quais seriam seus interesses e comportamentos.

Cronograma das Ações: Quatro dias na semana eram reservados para o Projeto Integrado, o cronograma tinha como objetivo 30min de pesquisa e 30min projetando os novos conhecimentos no arquivo, fragmentando os textos e tornando sua construção mais viável e harmônica.

Síntese das Ações: A principal fonte de informações nesse projeto foram os jornais e revistas, visto que eles podem oferecer um grande conhecimento para o leitor. Os encontros foram todos virtuais, pois é importante usar a tecnologia a nosso favor, e também são bem mais viáveis para ambas as partes.

e. Aprendemos bastante com esse projeto, foi essencial ter feito ele.

f. Definir de forma precisa os clientes e o grupo foi reduzido, mas tais dificuldades foram superadas com êxito.

g. Atingimos um grau mais alto no trabalho em equipe e fomos incentivados a usarmos nossa imaginação.

h. Ótima oportunidade para os alunos se desenvolverem.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022200039	NOME: CLODOALDO FRANCO DE PAULA
RA: 1012022200024	NOME: GABRIEL GUILHERME MORALES
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

8. DESENVOLVIMENTO
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.
i. Aspectos positivos
j. Dificuldades encontradas

k. Resultados atingidos	
l. Sugestões / Outras observações	
9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

11. DESENVOLVIMENTO
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

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

14.DESENVOLVIMENTO
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