



UNIFEOb
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
VERDE VIDA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

VERDE VIDA

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Ana Lucía Camilo Neves da Silva	RA 101202210055
Mikaella Ernesto Laurindo	RA1012022100244
Adriana Araújo Vieira Barbieri	RA101202210056
Jade Leite Bento	RA1012022100119

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
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	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	14
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	16
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	19
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	20

1. INTRODUÇÃO

A proposta desse Projeto é estabelecer uma nova loja de produtos naturais chamada "Verde Vida". A marca busca transmitir a ideia de uma vida saudável e sustentável, enfatizando a conexão com a natureza e a busca pelo equilíbrio físico e mental.

O objetivo principal será explorar como o brainstorming pode impulsionar a geração de ideias inovadoras e soluções para desafios organizacionais.

Será feito um planejamento estratégico sobre o setor de produtos naturais, concorrência, público alvo, marketing e fontes de capital.

A análise SWOT também será verificada com o intuito de uma gestão eficaz e duradoura.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Loja de Produtos Naturais "Verde Vida"

Setor: A empresa **Loja de Produtos Naturais Verde Vida** estará inserida no setor de produtos naturais e orgânicos. Esse setor tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pelo aumento da conscientização dos consumidores sobre os benefícios de uma alimentação saudável e sustentável. Além disso, há uma demanda crescente por produtos livres de agrotóxicos, transgênicos e ingredientes artificiais.

Concorrentes: No mercado de produtos naturais, existem diversos concorrentes estabelecidos, como grandes redes de supermercados com seções de produtos naturais, lojas especializadas e até mesmo lojas online. Algumas marcas conhecidas são Mundo Verde, Natural da Terra e Empório Santa Luzia. No entanto, a "Verde Vida" pretende se diferenciar oferecendo um atendimento personalizado, produtos exclusivos e preços competitivos.

Clientes: O público-alvo da "Verde Vida" são pessoas que buscam um estilo de vida saudável e sustentável, preocupadas com a qualidade dos alimentos que consomem e com o impacto ambiental de suas escolhas. Isso inclui pessoas de diferentes faixas etárias, desde jovens preocupados com a forma física até idosos que valorizam a longevidade e o bem-estar.

Produtos e Serviços: A loja "Verde Vida" oferecerá uma ampla variedade de produtos naturais e orgânicos. Isso inclui alimentos, como frutas, verduras, grãos, cereais, laticínios orgânicos, carnes sem hormônios, além de produtos de origem vegetal, como tofu e tempeh. Além disso, a loja também fornecerá suplementos alimentares, vitaminas, cosméticos naturais, produtos de limpeza e outros itens relacionados à saúde e bem-estar.

A equipe da "Verde Vida" será treinada para fornecer orientação e informações aos clientes, auxiliando-os na escolha dos produtos mais adequados às suas necessidades. A loja também buscará parcerias com produtores locais, incentivando a economia regional e oferecendo produtos frescos e de alta qualidade.

Em resumo, a proposta para a loja de produtos naturais "Verde Vida" visa atender a demanda crescente por uma alimentação saudável e sustentável. Com um amplo mix de produtos naturais e orgânicos, preços competitivos e atendimento personalizado, a "Verde Vida" busca se destacar no mercado, conquistando clientes preocupados com sua saúde e com o meio ambiente

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O empreendedor que deseja abrir uma loja de produtos naturais e orgânicos, precisa possuir uma combinação de habilidades gerenciais, conhecimento técnico e afinidade com o mercado de alimentos saudáveis. Abaixo estão algumas competências importantes para gerir o negócio e questões técnicas das operações

1. Conhecimento sobre produtos naturais e orgânicos: É essencial que o empreendedor tenha um profundo conhecimento sobre produtos naturais e orgânicos, incluindo a compreensão das certificações e regulamentações pertinentes. Isso envolve saber identificar a diferença entre produtos convencionais e orgânicos, entender os processos de produção e os benefícios para a saúde.
2. Visão de negócios sustentável: Um empreendedor de loja de produtos naturais e orgânicos precisa ter uma visão de negócios sustentáveis e estar comprometido com a preservação do meio ambiente e o bem-estar dos clientes. É importante considerar práticas sustentáveis na escolha dos fornecedores, embalagens e na gestão de resíduos.
3. Habilidades de gestão: Para administrar uma loja, o empreendedor precisa ter habilidades sólidas de gestão. Isso inclui conhecimentos de finanças, planejamento estratégico, gestão de estoque, vendas e marketing. É importante entender os princípios básicos de contabilidade, saber fazer projeções financeiras e ter capacidade de gerenciar os recursos disponíveis de forma eficiente.
4. Conhecimento do mercado-alvo: O empreendedor deve ter um profundo conhecimento do mercado-alvo, incluindo preferências e necessidades dos consumidores de produtos naturais e orgânicos. Isso envolve, entender as tendências de consumo, estar atualizado sobre novos lançamentos e desenvolvimentos no setor, além de acompanhar a concorrência.
5. Habilidades de marketing e vendas: Saber como promover a loja e os produtos é essencial. O empreendedor deve ter habilidades de marketing e vendas para criar estratégias de promoção eficazes, construir relacionamento com os clientes, identificar oportunidades de crescimento e utilizar diferentes canais de comunicação, como mídias sociais, marketing digital e parcerias com influenciadores.

6. Foco no atendimento ao cliente: O sucesso de uma loja de produtos naturais e orgânicos depende em grande parte da satisfação dos clientes. O empreendedor deve priorizar o atendimento ao cliente, garantindo uma experiência positiva desde o momento em que o cliente entra na loja até o pós-venda. Isso envolve oferecer um serviço personalizado, fornecer informações claras sobre os produtos e estar disposto a tirar dúvidas.
7. Capacidade de adaptação e inovação: O mercado de produtos naturais e orgânicos está em constante evolução, com novas tendências e demandas surgindo. O empreendedor precisa ter capacidade de adaptação e estar aberto a inovações. Isso inclui estar disposto a atualizar o mix de produtos, introduzir novidades, testar estratégias diferentes e estar sempre em busca de melhorias para se manter competitivo.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Ao iniciar um empreendimento de loja de produtos naturais e orgânicos, é importante considerar as diferentes fontes de capital disponíveis para financiar o negócio. Essas fontes podem incluir recursos próprios dos proprietários ou recursos obtidos por meio de financiamento de terceiros, como linhas de crédito bancário. Vamos explorar cada uma dessas opções:

Recursos Próprios:

Investir recursos próprios é uma opção comum para iniciar um negócio. Nesse caso, os proprietários utilizam seus próprios fundos para financiar o empreendimento. Ao calcular o custo do capital próprio, é necessário considerar a remuneração mínima exigida pelos proprietários. Essa remuneração pode variar de acordo com fatores como o risco do negócio, oportunidades de investimento alternativas e expectativas de retorno sobre o capital investido. É importante que os proprietários estabeleçam um custo do capital próprio realista e sustentável para garantir a viabilidade financeira do negócio.

Financiamento de Terceiros:

Se os recursos próprios não forem suficientes ou se os proprietários optarem por diversificar as fontes de capital, o financiamento de terceiros pode ser uma opção viável. Nesse caso, é importante pesquisar as possíveis linhas de crédito disponíveis para empreendimentos no setor de alimentos saudáveis, incluindo programas governamentais, bancos comerciais e outras entidades financeiras. As linhas de crédito podem variar em termos de taxas de juros, prazos de pagamento e exigências de

garantias. É fundamental avaliar cuidadosamente as opções disponíveis e comparar as taxas e condições oferecidas pelos diferentes credores para encontrar a solução mais adequada.

É importante ressaltar que as taxas de juros e o custo do capital podem variar ao longo do tempo e podem ser influenciados por fatores econômicos e políticos. Portanto, é necessário realizar pesquisas atualizadas para obter informações precisas sobre as taxas de juros praticadas pelos bancos e demais entidades financeiras.

Além disso, seja utilizando recursos próprios ou por meio de financiamento de terceiros, é fundamental realizar uma análise financeira detalhada e elaborar um plano de negócios sólido para determinar a quantidade de capital necessário e a estrutura financeira mais adequada para o empreendimento. Isso ajudará a garantir a sustentabilidade e o crescimento da loja de produtos naturais e orgânicos.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Visão Geral do Negócio: A "Verde Vida" é uma loja de produtos naturais e orgânicos que busca oferecer aos clientes uma ampla variedade de alimentos e produtos saudáveis, visando promover um estilo de vida equilibrado e sustentável. Nosso objetivo é ser a principal opção para os consumidores que buscam alimentos nutritivos, livres de pesticidas e aditivos químicos, promovendo uma alimentação saudável e consciente.

Mercado e Oportunidades: O mercado de produtos naturais e orgânicos tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pelo aumento da conscientização sobre saúde e bem-estar, além da preocupação com a origem e qualidade dos alimentos. Os consumidores estão cada vez mais interessados em adotar uma dieta equilibrada, preferindo produtos naturais e orgânicos em detrimento dos convencionais.

Identificamos uma oportunidade de atender a essa demanda crescente, fornecendo uma ampla gama de produtos naturais, incluindo frutas, legumes, grãos, laticínios, produtos de panificação, suplementos alimentares, cosméticos naturais e produtos de limpeza doméstica. Além disso, pretendemos criar parcerias com produtores locais e agricultores orgânicos para promover a agricultura sustentável e apoiar a economia local.

Concorrência: Embora existam concorrentes no mercado de produtos naturais e orgânicos, acreditamos que podemos nos diferenciar por meio de uma combinação de fatores, como a variedade de produtos oferecidos, a qualidade dos produtos, um atendimento personalizado e um ambiente aconchegante e acolhedor. Realizamos uma análise da concorrência local e identificamos áreas de oportunidade para nos

destacarmos, como a oferta de produtos exclusivos, programas de fidelidade e a realização de eventos e workshops relacionados à alimentação saudável.

Público-Alvo: Nosso público-alvo é composto por pessoas que valorizam uma alimentação saudável, têm consciência ambiental e buscam produtos de qualidade. Isso inclui indivíduos preocupados com sua saúde e bem-estar, famílias que desejam oferecer uma alimentação saudável para seus filhos, atletas e pessoas que possuem restrições alimentares, como vegetarianos, veganos e celíacos. Além disso, também visamos atrair clientes em busca de produtos naturais para cuidados pessoais e limpeza doméstica.

Estratégias de Marketing: Para atrair e fidelizar os clientes, pretendemos utilizar diversas estratégias de marketing. Isso inclui a criação de uma identidade visual atrativa e alinhada com os valores da loja, a divulgação por meio de mídias sociais, o desenvolvimento de um website informativo e intuitivo, a participação em feiras e eventos relacionados ao setor, além da realização de parcerias com profissionais da área da saúde e bem-estar.

Atendimento ao Cliente: Consideramos o atendimento ao cliente como um dos principais diferenciais da "Verde Vida". Nossa equipe será treinada para oferecer o melhor atendimento, e totalmente personalizado para cada cliente.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Deve ser conceituada a estratégia empresarial e as formas de implementação e acompanhamento por parte dos gestores. A estratégia empresarial é um conjunto de decisões e ações que uma empresa adota para alcançar seus objetivos a longo prazo e obter vantagem competitiva em seu mercado. Envolve a definição clara dos direcionadores do negócio, como missão, visão, valores, segmentação de mercado, posicionamento e metas a serem alcançadas.

1. **Implementação da Estratégia:** A implementação da estratégia envolve traduzir os objetivos estratégicos em ações tangíveis e alinhar todos os recursos da empresa para alcançar esses objetivos. Isso inclui:
 - **Definir planos de ação:** Desenvolver um plano detalhado com metas, cronogramas e responsabilidades claras. Identificar as atividades-chave necessárias para a execução da estratégia e alocar recursos adequados.
 - **Comunicação e alinhamento:** Comunicar a estratégia para toda a equipe da empresa, garantindo que todos compreendam os objetivos e sua importância. Alinhar as ações e esforços individuais com a estratégia geral.
 - **Capacitação e desenvolvimento:** Fornecer treinamento e capacitação adequados aos colaboradores para que possam desempenhar suas funções de acordo com a estratégia estabelecida. Investir no desenvolvimento de habilidades e competências necessárias para a implementação da estratégia.
 - **Acompanhamento e controle:** Estabelecer indicadores-chave de desempenho (KPIs) para monitorar o progresso em relação às metas estratégicas. Realizar análises periódicas para avaliar o desempenho e identificar áreas de melhoria.
2. **Acompanhamento da Estratégia:** O acompanhamento da estratégia é fundamental para garantir que a empresa esteja no caminho certo para alcançar seus objetivos.
 - **Análise de concorrência:** Monitorar a concorrência e as tendências do mercado para identificar seus pontos fortes e fracos.
 - **Revisão periódica:** Realizar revisões estratégicas regulares para avaliar a eficácia da estratégia e sua relevância diante das mudanças no ambiente de negócios. Fazer ajustes ou redefinir a estratégia, se necessário.
3. **Avaliar oportunidades e ameaças.** Adotar medidas para se adaptar às mudanças e manter a vantagem competitiva.

- Feedback dos clientes: Coletar feedback dos clientes para entender suas necessidades e expectativas. Utilizar essas informações para ajustar a estratégia e melhorar a experiência do cliente.
- Inovação contínua: Estar atento a novas tendências, tecnologias e práticas do setor. Buscar constantemente a inovação, seja no mix de produtos, no atendimento ao cliente ou em processos internos, para se manter relevante e competitivo.
- Aprendizado organizacional: Estimular uma cultura de aprendizado e melhoria contínua na empresa. Promover o compartilhamento de conhecimento e experiências entre os colaboradores, incentivando a criatividade e o empreendedorismo.

Em resumo, a estratégia empresarial é implementada por meio de planos de ação, alinhamento organizacional, capacitação e controle. Para acompanhar a estratégia, é necessário revisões periódicas, análise do ambiente, feedback dos clientes, inovação contínua e aprendizado organizacional. Os gestores desempenham um papel fundamental na condução dessas atividades, garantindo que a estratégia seja efetivamente executada e monitorada.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são conceitos essenciais no planejamento estratégico das empresas. Eles fornecem uma base sólida para a definição dos objetivos, a identificação do propósito da organização e o estabelecimento das diretrizes a serem seguidas. Vejamos a definição de cada um desses conceitos:

1. **Missão:** A missão é uma declaração concisa que descreve o propósito fundamental e a razão de existir da empresa. Ela responde à pergunta: "Por que a empresa existe?". A missão deve ser clara, inspiradora e orientar todas as atividades da organização. Ela define o que a empresa faz, para quem e como ela agrega valor. A missão ajuda a estabelecer a identidade da empresa e a direção estratégica que ela deve seguir.
Exemplo de missão: "Oferecer produtos naturais e orgânicos de alta qualidade, promovendo a saúde, o bem-estar e a conscientização ambiental."
2. **Visão:** A visão é uma declaração que descreve o futuro desejado da empresa a longo prazo. Ela representa a imagem ou o estado ideal que a empresa almeja alcançar. A visão deve ser inspiradora, desafiadora e motivar os colaboradores. Ela ajuda a orientar as decisões estratégicas e a definir o caminho a ser percorrido para alcançar os objetivos. A visão deve uma imagem clara do sucesso futuro da empresa.
Exemplo de visão: "Ser a referência no mercado de produtos naturais e orgânicos, reconhecidos pela qualidade dos produtos, pelo compromisso com a sustentabilidade e pela excelência no atendimento."
3. **Valores:** Os valores são os princípios e crenças fundamentais que guiam o comportamento e as decisões da empresa. Eles representam o conjunto de regras éticas e morais pelos quais a empresa se pauta. Os valores devem ser compartilhados por todos os colaboradores e refletidos em todas as ações da organização. Eles ajudam a estabelecer a cultura corporativa e a construir a reputação da empresa. Os valores são a base para a construção de relacionamentos sólidos com clientes, colaboradores, fornecedores e a comunidade em geral.
Exemplo de valores: Qualidade, Sustentabilidade, Saúde e Bem-Estar, Consciência Ambiental, Atendimento ao Cliente.

No planejamento estratégico, a missão, visão e valores são elementos essenciais que fornecem uma direção clara para a empresa. Eles devem ser comunicados de forma efetiva a todos os colaboradores e orientar a tomada de decisões em todos os níveis da organização. Além disso, eles auxiliam na definição dos objetivos estratégicos e na elaboração de planos de ação que estejam alinhados com o propósito e os valores da empresa.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

1. Missão: A missão de “Verde Vida” é fornecer produtos naturais e orgânicos de alta qualidade, promovendo a saúde, o bem-estar e a conscientização ambiental. Nosso objetivo é oferecer aos clientes experiência única de compra, com um atendimento personalizado e um ambiente acolhedor, incentivando a adoção de um estilo de vida saudável.
2. Visão: Nossa visão é nos tornarmos referência no mercado de produtos naturais e orgânicos, sendo reconhecidos pela qualidade dos produtos, compromisso com a sustentabilidade e pela excelência no atendimento. Buscamos estabelecer parcerias duradouras com nossos clientes, fornecedores e a comunidade, contribuindo para a alimentação mais saudável de um mundo mais sustentável.
3. Valores: Os valores que nortearão toda as ações da “Vida Verde” incluem:
 - Qualidade: Comprometimento em oferecer produtos de alta qualidade, selecionando cuidadosamente fornecedores confiáveis e produtos certificados.
 - Sustentabilidade: Promover práticas sustentáveis em todos os aspectos do negócio, desde a escolha dos fornecedores até a gestão de resíduos e embalagens ecológicas.
 - Saúde e Bem-Estar: Priorizar a saúde e o bem-estar dos clientes, oferecendo produtos que contribuam para uma alimentação equilibrada e uma vida saudável.
 - Consciência Ambiental: Promover a conscientização ambiental, apoiando a produção local e a agricultura sustentável, minimizando o impacto ambiental e incentivando a redução do desperdício.
 - Atendimento ao Cliente: Oferecer um atendimento personalizado, acolhedor e informativo, garantindo uma experiência positiva para os clientes.
4. Segmentação de Mercado: Para melhor direcionar nossos esforços de marketing e atendimento, segmentamos nosso mercado em diferentes grupos, levando em consideração características demográficas, comportamentais e necessidades específicas. Isso nos permitirá personalizar nossas estratégias para atender às demandas de cada segmento e fortalecer nosso posicionamento no mercado.
5. Mix de Produtos: O mix de produtos da "Verde Vida" será diversificado, abrangendo uma ampla gama de alimentos naturais e orgânicos, produtos de higiene pessoal, cosméticos naturais e produtos de limpeza doméstica. Buscaremos oferecer opções para diferentes necessidades, como produtos para dietas específicas, restrições alimentares e preferências alimentares, garantindo a satisfação e fidelidade dos clientes.
6. Parcerias e Networking: Estabelecer parcerias estratégicas com produtores locais, fornecedores de confiança e profissionais da área da saúde e bem-estar será uma parte importante de nossa estratégia. Além disso, buscaremos

participar de eventos do setor, feiras e workshops para ampliar nosso networking e fortalecer nossa presença na comunidade.

7. Inovação e Acompanhamento de Tendências: Acompanhar as tendências e inovações no mercado de produtos naturais e orgânicos é essencial para o sucesso.

VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Tópico 1: Autoconhecimento: eu, caçador de mim .

O autoconhecimento é fundamental para a estratégia, pois nos permite identificar nossos pontos fortes, habilidades e valores. Ao conhecer a si mesmo, é possível tomar decisões alinhadas com nossos objetivos e buscar oportunidades que estejam em consonância com nossas paixões. Exemplo prático: Realizar uma avaliação pessoal, identificar suas competências e áreas de interesse para direcionar sua carreira ou empreendimento.

Um propósito de vida só pode ser alcançado com sucesso se consigo defini-lo a partir daquilo que sou e onde posso chegar. A análise SWOT é uma ferramenta para isso, já que com ela é possível avaliar forças (dons e qualidades natas, habilidades) fraquezas (o que é preciso ser melhorado) oportunidades e ameaças externas.

Uma outra análise eficiente é verificar o que as pessoas trazem como feedback do trabalho, atitudes, ajudando assim a definir potencialidades.

No campo do empreendedorismo essa avaliação pessoal é essencial. Deve-se perguntar: Eu possuo características e competências para iniciar esse negócio , isso me atrai? Existe um mercado ativo para esse negócio? Quais os obstáculos a enfrentar, como lidar com os fracassos ?

Tópico 2: Foco:

Quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve. Nossos objetivos e planos devem estar alinhados com nosso propósito de vida.

O foco é essencial para a estratégia, pois nos ajuda a definir objetivos claros e prioridades. Quando sabemos para onde queremos ir, podemos direcionar nossas ações e recursos de maneira eficiente.

Exemplo prático: Estabelecer metas de curto, médio e longo prazo e criar um plano de ação detalhado para alcançá-las, evitando distrações e mantendo-se concentrado no caminho escolhido.

Fazer um brainstorming (tempestade de ideias) - sozinho ou com outras pessoas e filtrar as sugestões, passando pelo funil de ideias : Quem é você , o que sabe fazer? O que poderia fazer ? Como poderia fazer ?

Uma outra análise seria avaliar nossa identidade em duas vertentes de habilidades,

- Hard skills (habilidades adquiridas, cursos, etc)
- Soft skills (habilidades que são inerentes como inteligência emocional, bom senso, empatia)

Para manter a direção é necessário objetivo e metas. As metas quanto a quantificação e mensuração , é um indicador . Os objetivos reunidos geram o propósito.

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

A ação é crucial na estratégia, pois ideias sem execução não geram resultados. A inspiração é importante, mas é a transpiração, o esforço contínuo e dedicado, que impulsiona o progresso e a realização dos objetivos. Exemplo prático: Implementar um plano de ação detalhado, realizar tarefas diárias, enfrentar desafios e persistir mesmo diante de obstáculos.

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

A avaliação é essencial para a estratégia, pois nos permite medir o desempenho, identificar pontos fortes e áreas de melhoria, e tomar decisões informadas para alcançar resultados melhores. O monitoramento constante nos permite ajustar e otimizar as ações conforme necessário. Exemplo prático: Estabelecer indicadores de desempenho, acompanhar métricas relevantes, realizar análises periódicas e usar os dados para tomar decisões embasadas e melhorar constantemente.

Em resumo, pensar estrategicamente envolve conhecer a si mesmo, definir objetivos claros, agir com foco e determinação, e avaliar constantemente o desempenho para fazer ajustes necessários. Esses tópicos podem ser aplicados no dia-a-dia, seja no âmbito pessoal ou profissional, para alcançar resultados mais efetivos e direcionados.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Foi elaborado um banner com o objetivo de realizar uma análise de Matriz Swot sobre o propósito de vida de um indivíduo. O banner é explicativo sobre o tema e também propõe um exemplo para que fique mais fácil a compreensão e que seja aplicável na vida das pessoas.

Análise SWOT

S (Strength) —> Forças

W (Weakness) —> Fraquezas

O (Opportunities) —> Oportunidades

T (Threats) —> Ameaças

A análise **SWOT** é uma ferramenta utilizada para a estruturação do planejamento organizacional, mas podemos também utilizá-la para um **planejamento estratégico de nossa própria vida.**

Vejamos um exemplo:

Janaína quer ser uma veterinária.

Esse é o seu propósito definido. Na análise **SWOT** da vida de Janaína teremos:



FORÇAS

Janaína sempre gostou de animais e cuidar é uma de suas qualidades mais evidentes.

FRAQUEZAS

A faculdade é longe de sua casa, e ela terá que aprender a superar a distância de sua família e lidar com suas inseguranças.

OPORTUNIDADES

Janaína gosta muito de estudar e esse curso tem vagas para uma Universidade Federal. O ramo de PETS em sua cidade está em alta e ela teria um bom campo de trabalho após se formar.

AMEAÇAS

O Tempo: o curso demora em média 5 anos, o que pode causar desistência;
Impedimento Familiar/Saúde: Pode gerar atraso do término da faculdade.

Faça você também um planejamento estratégico de sua própria vida com a análise **SWOT.**

“Se você não gerenciar o seu destino, alguém o fará por você!”

Jack Welch – Ex CEO G.E.

4. CONCLUSÃO

Durante o desenvolvimento do trabalho em grupo sobre Brainstorming Empresarial, foi abordado diversos pontos-chave relacionados a essa técnica criativa amplamente utilizada no ambiente empresarial. Durante as pesquisas e discussões, identificamos e destacamos os seguintes principais pontos abordados:

1. Definição e conceito do brainstorming: o que é o brainstorming, sua origem e como ele funciona como uma metodologia colaborativa para estimular a criatividade e a geração de ideias em grupo.
2. Etapas do processo de brainstorming: Etapas fundamentais para a realização de uma sessão de brainstorming eficaz, incluindo a definição do problema, a geração de ideias, a seleção e avaliação das propostas, e a implementação das soluções mais viáveis.
3. Técnicas e ferramentas de brainstorming: Foram apresentadas diferentes técnicas e ferramentas que podem ser utilizadas durante uma sessão de brainstorming, tais como a técnica de associação livre de ideias .
4. Ambiente favorável ao brainstorming: importância de criar um ambiente propício para o brainstorming, onde todos os participantes se sintam à vontade para expressar suas ideias sem julgamento, encorajando a colaboração e a diversidade de perspectivas.
5. Desafios e dificuldades encontrados: o brainstorming também pode apresentar desafios, como a dominância de opiniões mais fortes, a falta de participação ativa de todos os membros do grupo e a dificuldade de selecionar as melhores ideias. Foram discutidas maneiras de superar esses obstáculos, como o estabelecimento de regras claras, a promoção de um clima de respeito e a utilização de técnicas de votação ou categorização das ideias.

Em suma, conclui-se que o brainstorming empresarial é uma poderosa ferramenta para fomentar a criatividade e a inovação dentro das organizações. Ele permite a geração de ideias diversificadas, o engajamento dos membros da equipe e a busca por soluções mais eficazes. No entanto, é fundamental considerar as dificuldades inerentes ao processo e aplicar as estratégias adequadas para maximizar seu potencial.

REFERÊNCIAS

AFFONSO Ligia Maria Fonseca - Empreendedorismo

BATEMAN- SNELL , Administração

HISRICH Robert D , **PETERS** Michael P , **SHEPERD** Dean A - Empreendedorismo

JOHNSON Gerry, **SCHOLES** Kevan, **WHITTINGTON** Richard - Fundamentos da Estratégia

SAGAH Soluções Ed Integradas - Controladoria

CENTRO de Inteligência em orgânicos - Rio de Janeiro-RJ 2023

<https://ciorganicos.com.br/>

IBD Certificações - Botucatu SP 2023

<https://www.ibd.com.br/>

RAIZS - São Paulo SP - 2023

<https://www.raizs.com.br/>

SÍTIO A Boa Terra , Itobi-SP 2023 .

<https://www.aboaterra.com.br/>

VALE das Palmeiras orgânicos - Teresópolis- RJ 2019

<https://www.valedaspalmeiras.com.br/>

ANEXOS

Projeto visual para Loja de Produtos Naturais Verde Vida.



RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Brainstorming Empresarial

CURSO: Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

MÓDULO: Planejamento Estratégico

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Morais Doval e Luis Fernando Pancine

ESTUDANTE: Ana Lucía Camilo Neves da Silva

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Junho/2023

2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto de trabalho de PI foi focado no conceito de "Brainstorming Empresarial" e teve como objetivo a criação de um novo segmento empresarial. O brainstorming empresarial é uma técnica de geração de ideias em grupo, onde os participantes colaboram para encontrar soluções criativas para desafios ou oportunidades de negócios.

A equipe desenvolveu várias etapas para realizar o projeto. Inicialmente, foi feita uma pesquisa de mercado abrangente para identificar tendências e lacunas de mercado. Isso ajudou a equipe a compreender as necessidades dos consumidores e a encontrar um nicho onde o novo segmento empresarial pudesse se destacar.

Com base nessa pesquisa, a equipe realizou sessões de brainstorming, envolvendo todos os membros, para gerar uma ampla gama de ideias. Essas ideias foram avaliadas e filtradas com base em critérios como viabilidade, potencial de lucro e alinhamento com as tendências identificadas.

Uma vez selecionada a ideia principal, a equipe elaborou um plano de negócios detalhado. Isso incluiu a definição dos objetivos, a descrição do produto ou serviço oferecido, a análise da concorrência, a estratégia de marketing e vendas, a estrutura organizacional e o plano financeiro.

Após a conclusão do plano de negócios, a equipe dedicou-se à implementação do novo segmento empresarial, isso envolveu a criação de uma marca. Também foi importante manter uma comunicação eficiente entre os membros da equipe, a fim de garantir uma colaboração adequada e o cumprimento do prazo estabelecido.

No final, o PI resultou na criação bem-sucedida de um novo segmento empresarial, com base nas ideias geradas através do brainstorming empresarial. A equipe alcançou os objetivos estabelecidos e desenvolveu um plano sólido para a implementação e operação do novo empreendimento.

Desafio: Este PI exigiu uma boa comunicação, flexibilidade, habilidades de resolução de problemas e um comprometimento compartilhado com os objetivos do projeto. A equipe teve que aprender a lidar com desafios interpessoais e se adaptar às necessidades em constante evolução.

Cooperação e confiança: Desenvolver um ambiente de trabalho colaborativo e de confiança foi fundamental. A equipe precisou superar diferenças individuais e trabalhar em conjunto, confiando nas habilidades e contribuições de cada membro.

Cronograma das Ações: O cronograma foi revisado pela equipe para garantir sua viabilidade e realismo. Foram feitos ajustes para equilibrar as cargas de trabalho, lidar com imprevistos ou otimizar a sequência das tarefas.

Comunicação e acompanhamento: Uma vez definido o cronograma, ele foi comunicado a todos os membros da equipe. Durante o período de desenvolvimento, o cronograma foi acompanhado regularmente para monitorar o progresso, identificar atrasos ou desvios e tomar medidas corretivas, se necessário. Isso ajudou a garantir uma gestão eficiente do tempo e a conclusão bem-sucedida do projeto dentro do período de desenvolvimento estabelecido.

Síntese das Ações: A equipe conduziu uma pesquisa abrangente para identificar tendências de mercado, necessidades dos consumidores e oportunidades de negócio. Isso envolveu a análise de dados, estudos de caso e a revisão de fontes confiáveis de informação.

As reuniões e discussões foram realizadas de forma remota. Esses encontros permitiram a colaboração entre os membros, compartilhamento de ideias e atualização do progresso do projeto.

Essas ações permitiram que o grupo desenvolvesse e implementasse com sucesso um novo segmento empresarial com base no brainstorming empresarial. A colaboração e a comunicação eficaz foram fundamentais para o progresso do projeto, mesmo durante os encontros remotos.

a.Aspectos positivos

Colaboração: O grupo demonstrou uma forte capacidade de colaboração ao realizar sessões de brainstorming e compartilhar ideias de forma aberta e respeitosa. Isso permitiu que todos os membros contribuíssem com suas perspectivas únicas e criassem um ambiente de trabalho colaborativo.

Criatividade: A realização de sessões de brainstorming permitiu que o grupo explorasse soluções criativas para desafios empresariais. A diversidade de ideias geradas demonstrou a capacidade criativa da equipe em pensar fora da caixa e encontrar abordagens inovadoras para o novo segmento empresarial.

Pesquisa aprofundada: A equipe dedicou tempo e esforço para realizar uma pesquisa abrangente de mercado. Isso demonstrou um compromisso com a obtenção de informações sólidas e atualizadas, permitindo que o projeto se baseasse em dados reais e tendências do mercado.

Adaptação às circunstâncias: O grupo demonstrou flexibilidade ao lidar com as circunstâncias em constante mudança, como a realização de encontros remotos. Essa capacidade de adaptação permitiu que o projeto continuasse avançando, mesmo diante de desafios e restrições externas.

Esses aspectos positivos das ações desenvolvidas pelo grupo durante o PI contribuíram para um trabalho colaborativo, criativo e estrategicamente orientado. Essas características foram fundamentais para o sucesso do projeto e para a implementação bem-sucedida do novo segmento empresarial.

b.Dificuldades encontradas

Durante o PI, o grupo enfrentou poucas dificuldades nas ações desenvolvidas. O trabalho em equipe foi bem coordenado e as atividades progrediram de forma suave e eficiente.

É importante destacar que, embora o grupo não tenha enfrentado muitas dificuldades significativas, é comum que desafios surjam em projetos empresariais. No entanto, a equipe conseguiu lidar de maneira eficaz com os obstáculos encontrados, o que contribuiu para o sucesso geral do trabalho.

c.Resultados atingidos

As sessões de brainstorming e a colaboração da equipe resultaram na geração de ideias inovadoras para o novo segmento empresarial. Essas ideias foram avaliadas e selecionadas com base em critérios específicos, resultando em uma proposta de negócio.

O trabalho proporcionou à equipe uma valiosa experiência de aprendizado e desenvolvimento. Os membros puderam aprimorar suas habilidades de trabalho em equipe, criatividade, comunicação e resolução de problemas, o que contribuiu para o crescimento profissional de cada indivíduo.

d.Sugestões / Outras observações**3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva
RA 1012022100244	NOME Mikaella Ernesto Laurindo
RA 101202210056	NOME Adriana Araújo Vieira Barbieri
RA 1012022100119	NOME Jade Leite Bento

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO**4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE****RELATÓRIO:** Brainstorming Empresarial**CURSO:** Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos**MÓDULO:** Planejamento Estratégico**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Danilo Morais Doval e Luis Fernando Pancine**ESTUDANTE:** Mikaella Ernesto Laurindo**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** Junho/2023**5. DESENVOLVIMENTO**

Contextualização: O projeto de trabalho de PI foi focado no conceito de "Brainstorming Empresarial" e teve como objetivo a criação de um novo segmento empresarial. O brainstorming empresarial é uma técnica de geração de ideias em grupo, onde os participantes colaboram para encontrar soluções criativas para desafios ou oportunidades de negócios.

A equipe desenvolveu várias etapas para realizar o projeto. Inicialmente, foi feita uma pesquisa de mercado abrangente para identificar tendências e lacunas de mercado. Isso ajudou a equipe a compreender as necessidades dos consumidores e a encontrar um nicho onde o novo segmento empresarial pudesse se destacar.

Com base nessa pesquisa, a equipe realizou sessões de brainstorming, envolvendo todos os membros, para gerar uma ampla gama de ideias. Essas ideias foram avaliadas e filtradas com base em critérios como viabilidade, potencial de lucro e alinhamento com as tendências identificadas.

Uma vez selecionada a ideia principal, a equipe elaborou um plano de negócios detalhado. Isso incluiu a definição dos objetivos, a descrição do produto ou serviço oferecido, a análise da concorrência, a estratégia de marketing e vendas, a estrutura organizacional e o plano financeiro.

Após a conclusão do plano de negócios, a equipe dedicou-se à implementação do novo segmento empresarial, isso envolveu a criação de uma marca. Também foi importante manter uma comunicação eficiente entre os membros da equipe, a fim de garantir uma colaboração adequada e o cumprimento do prazo estabelecido.

No final, o PI resultou na criação bem-sucedida de um novo segmento empresarial, com base nas ideias geradas através do brainstorming empresarial. A equipe alcançou os objetivos estabelecidos e desenvolveu um plano sólido para a implementação e operação do novo empreendimento.

Desafio: Este PI exigiu uma boa comunicação, flexibilidade, habilidades de resolução de problemas e um comprometimento compartilhado com os objetivos do projeto. A equipe teve que aprender a lidar com desafios interpessoais e se adaptar às necessidades em constante evolução.

Cooperação e confiança: Desenvolver um ambiente de trabalho colaborativo e de confiança foi fundamental. A equipe precisou superar diferenças individuais e trabalhar em conjunto, confiando nas habilidades e contribuições de cada membro.

Cronograma das Ações: O cronograma foi revisado pela equipe para garantir sua viabilidade e realismo. Foram feitos ajustes para equilibrar as cargas de trabalho, lidar com imprevistos ou otimizar a sequência das tarefas.

Comunicação e acompanhamento: Uma vez definido o cronograma, ele foi comunicado a todos os membros da equipe. Durante o período de desenvolvimento, o cronograma foi acompanhado regularmente para monitorar o progresso, identificar atrasos ou desvios e tomar medidas corretivas, se necessário. Isso ajudou a garantir uma gestão eficiente do tempo e a conclusão bem-sucedida do projeto dentro do período de desenvolvimento estabelecido.

Síntese das Ações: A equipe conduziu uma pesquisa abrangente para identificar tendências de mercado, necessidades dos consumidores e oportunidades de negócio. Isso envolveu a análise de dados, estudos de caso e a revisão de fontes confiáveis de informação.

As reuniões e discussões foram realizadas de forma remota. Esses encontros permitiram a colaboração entre os membros, compartilhamento de ideias e atualização do progresso do projeto.

Essas ações permitiram que o grupo desenvolvesse e implementasse com sucesso um novo segmento empresarial

com base no brainstorming empresarial. A colaboração e a comunicação eficaz foram fundamentais para o progresso do projeto, mesmo durante os encontros remotos.

a. Aspectos positivos

Colaboração: O grupo demonstrou uma forte capacidade de colaboração ao realizar sessões de brainstorming e compartilhar ideias de forma aberta e respeitosa. Isso permitiu que todos os membros contribuíssem com suas perspectivas únicas e criassem um ambiente de trabalho colaborativo.

Criatividade: A realização de sessões de brainstorming permitiu que o grupo explorasse soluções criativas para desafios empresariais. A diversidade de ideias geradas demonstrou a capacidade criativa da equipe em pensar fora da caixa e encontrar abordagens inovadoras para o novo segmento empresarial.

Pesquisa aprofundada: A equipe dedicou tempo e esforço para realizar uma pesquisa abrangente de mercado. Isso demonstrou um compromisso com a obtenção de informações sólidas e atualizadas, permitindo que o projeto se baseasse em dados reais e tendências do mercado.

Adaptação às circunstâncias: O grupo demonstrou flexibilidade ao lidar com as circunstâncias em constante mudança, como a realização de encontros remotos. Essa capacidade de adaptação permitiu que o projeto continuasse avançando, mesmo diante de desafios e restrições externas.

Esses aspectos positivos das ações desenvolvidas pelo grupo durante o PI contribuíram para um trabalho colaborativo, criativo e estrategicamente orientado. Essas características foram fundamentais para o sucesso do projeto e para a implementação bem-sucedida do novo segmento empresarial.

b. Dificuldades encontradas

Durante o PI, o grupo enfrentou poucas dificuldades nas ações desenvolvidas. O trabalho em equipe foi bem coordenado e as atividades progrediram de forma suave e eficiente.

É importante destacar que, embora o grupo não tenha enfrentado muitas dificuldades significativas, é comum que desafios surjam em projetos empresariais. No entanto, a equipe conseguiu lidar de maneira eficaz com os obstáculos encontrados, o que contribuiu para o sucesso geral trabalho.

c. Resultados atingidos

As sessões de brainstorming e a colaboração da equipe resultaram na geração de ideias inovadoras para o novo segmento empresarial. Essas ideias foram avaliadas e selecionadas com base em critérios específicos, resultando em uma proposta de negócio.

O trabalho proporcionou à equipe uma valiosa experiência de aprendizado e desenvolvimento. Os membros puderam aprimorar suas habilidades de trabalho em equipe, criatividade, comunicação e resolução de problemas, o que contribuiu para o crescimento profissional de cada indivíduo.

d. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva
RA 1012022100244	NOME Mikaella Ernesto Laurindo
RA 101202210056	NOME Adriana Araújo Vieira Barbieri
RA 1012022100119	NOME Jade Leite Bento
RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Brainstorming Empresarial
CURSO: Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Morais Doval e Luis Fernando Pancine
ESTUDANTE: Jade Leite Bento
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Junho/2023

8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto de trabalho de PI foi focado no conceito de "Brainstorming Empresarial" e teve como objetivo a criação de um novo segmento empresarial. O brainstorming empresarial é uma técnica de geração de ideias em grupo, onde os participantes colaboram para encontrar soluções criativas para desafios ou oportunidades de negócios.

A equipe desenvolveu várias etapas para realizar o projeto. Inicialmente, foi feita uma pesquisa de mercado abrangente para identificar tendências e lacunas de mercado. Isso ajudou a equipe a compreender as necessidades dos consumidores e a encontrar um nicho onde o novo segmento empresarial pudesse se destacar.

Com base nessa pesquisa, a equipe realizou sessões de brainstorming, envolvendo todos os membros, para gerar uma ampla gama de ideias. Essas ideias foram avaliadas e filtradas com base em critérios como viabilidade, potencial de lucro e alinhamento com as tendências identificadas.

Uma vez selecionada a ideia principal, a equipe elaborou um plano de negócios detalhado. Isso incluiu a definição dos objetivos, a descrição do produto ou serviço oferecido, a análise da concorrência, a estratégia de marketing e vendas, a estrutura organizacional e o plano financeiro.

Após a conclusão do plano de negócios, a equipe dedicou-se à implementação do novo segmento empresarial, isso envolveu a criação de uma marca. Também foi importante manter uma comunicação eficiente entre os membros da equipe, a fim de garantir uma colaboração adequada e o cumprimento do prazo estabelecido.

No final, o PI resultou na criação bem-sucedida de um novo segmento empresarial, com base nas ideias geradas através do brainstorming empresarial. A equipe alcançou os objetivos estabelecidos e desenvolveu um plano sólido para a implementação e operação do novo empreendimento.

Desafio: Este PI exigiu uma boa comunicação, flexibilidade, habilidades de resolução de problemas e um comprometimento compartilhado com os objetivos do projeto. A equipe teve que aprender a lidar com desafios interpessoais e se adaptar às necessidades em constante evolução.

Cooperação e confiança: Desenvolver um ambiente de trabalho colaborativo e de confiança foi fundamental. A equipe precisou superar diferenças individuais e trabalhar em conjunto, confiando nas habilidades e contribuições de cada membro.

Cronograma das Ações: O cronograma foi revisado pela equipe para garantir sua viabilidade e realismo. Foram feitos ajustes para equilibrar as cargas de trabalho, lidar com imprevistos ou otimizar a sequência das tarefas.

Comunicação e acompanhamento: Uma vez definido o cronograma, ele foi comunicado a todos os membros da equipe. Durante o período de desenvolvimento, o cronograma foi acompanhado regularmente para monitorar o progresso, identificar atrasos ou desvios e tomar medidas corretivas, se necessário. Isso ajudou a garantir uma gestão eficiente do tempo e a conclusão bem-sucedida do projeto dentro do período de desenvolvimento estabelecido.

Síntese das Ações: A equipe conduziu uma pesquisa abrangente para identificar tendências de mercado, necessidades dos consumidores e oportunidades de negócio. Isso envolveu a análise de dados, estudos de caso e a revisão de fontes confiáveis de informação. As reuniões e discussões foram realizadas de forma remota. Esses encontros permitiram a colaboração entre os membros, compartilhamento de ideias e atualização do progresso do projeto. Essas ações permitiram que o grupo desenvolvesse e implementasse com sucesso um novo segmento empresarial com base no brainstorming empresarial. A colaboração e a comunicação eficaz foram fundamentais para o progresso do projeto, mesmo durante os encontros remotos.

a.Aspectos positivos

Colaboração: O grupo demonstrou uma forte capacidade de colaboração ao realizar sessões de brainstorming e compartilhar ideias de forma aberta e respeitosa. Isso permitiu que todos os membros contribuíssem com suas perspectivas únicas e criassem um ambiente de trabalho colaborativo.

Criatividade: A realização de sessões de brainstorming permitiu que o grupo explorasse soluções criativas para desafios empresariais. A diversidade de ideias geradas demonstrou a capacidade criativa da equipe em pensar fora da caixa e encontrar abordagens inovadoras para o novo segmento empresarial.

Pesquisa aprofundada: A equipe dedicou tempo e esforço para realizar uma pesquisa abrangente de mercado. Isso demonstrou um compromisso com a obtenção de informações sólidas e atualizadas, permitindo que o projeto se baseasse em dados reais e tendências do mercado.

Adaptação às circunstâncias: O grupo demonstrou flexibilidade ao lidar com as circunstâncias em constante mudança, como a realização de encontros remotos. Essa capacidade de adaptação permitiu que o projeto continuasse avançando, mesmo diante de desafios e restrições externas.

Esses aspectos positivos das ações desenvolvidas pelo grupo durante o PI contribuíram para um trabalho colaborativo, criativo e estrategicamente orientado. Essas características foram fundamentais para o sucesso do projeto e para a implementação bem-sucedida do novo segmento empresarial.

b.Dificuldades encontradas

Durante o PI, o grupo enfrentou poucas dificuldades nas ações desenvolvidas. O trabalho em equipe foi bem coordenado e as atividades progrediram de forma suave e eficiente.

É importante destacar que, embora o grupo não tenha enfrentado muitas dificuldades significativas, é comum que desafios surjam em projetos empresariais. No entanto, a equipe conseguiu lidar de maneira eficaz com os obstáculos encontrados, o que contribuiu para o sucesso geral trabalho.

c.Resultados atingidos

As sessões de brainstorming e a colaboração da equipe resultaram na geração de ideias inovadoras para o novo segmento empresarial. Essas ideias foram avaliadas e selecionadas com base em critérios específicos, resultando em uma proposta de negócio.

O trabalho proporcionou à equipe uma valiosa experiência de aprendizado e desenvolvimento. Os membros puderam aprimorar suas habilidades de trabalho em equipe, criatividade, comunicação e resolução de problemas, o que contribuiu para o crescimento profissional de cada indivíduo.

d.Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva
RA 1012022100244	NOME Mikaella Ernesto Laurindo
RA 101202210056	NOME Adriana Araújo Vieira Barbieri
RA 1012022100119	NOME Jade Leite Bento
RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO**10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE**

RELATÓRIO: Brainstorming Empresarial
CURSO: Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luis Fernando Pancine
ESTUDANTE: Adriana Araujo Vieira Barbieri
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Junho/2023

11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: O projeto de trabalho de PI foi focado no conceito de "Brainstorming Empresarial" e teve como objetivo a criação de um novo segmento empresarial. O brainstorming empresarial é uma técnica de geração de ideias em grupo, onde os participantes colaboram para encontrar soluções criativas para desafios ou oportunidades de negócios.

A equipe desenvolveu várias etapas para realizar o projeto. Inicialmente, foi feita uma pesquisa de mercado abrangente para identificar tendências e lacunas de mercado. Isso ajudou a equipe a compreender as necessidades dos consumidores e a encontrar um nicho onde o novo segmento empresarial pudesse se destacar.

Com base nessa pesquisa, a equipe realizou sessões de brainstorming, envolvendo todos os membros, para gerar uma ampla gama de ideias. Essas ideias foram avaliadas e filtradas com base em critérios como viabilidade, potencial de lucro e alinhamento com as tendências identificadas.

Uma vez selecionada a ideia principal, a equipe elaborou um plano de negócios detalhado. Isso incluiu a definição dos objetivos, a descrição do produto ou serviço oferecido, a análise da concorrência, a estratégia de marketing e vendas, a estrutura organizacional e o plano financeiro.

Após a conclusão do plano de negócios, a equipe dedicou-se à implementação do novo segmento empresarial, isso envolveu a criação de uma marca. Também foi importante manter uma comunicação eficiente entre os membros da equipe, a fim de garantir uma colaboração adequada e o cumprimento do prazo estabelecido.

No final, o PI resultou na criação bem-sucedida de um novo segmento empresarial, com base nas ideias geradas através do brainstorming empresarial. A equipe alcançou os objetivos estabelecidos e desenvolveu um plano sólido para a implementação e operação do novo empreendimento.

Desafio: Este PI exigiu uma boa comunicação, flexibilidade, habilidades de resolução de problemas e um comprometimento compartilhado com os objetivos do projeto. A equipe teve que aprender a lidar com desafios interpessoais e se adaptar às necessidades em constante evolução.

Cooperação e confiança: Desenvolver um ambiente de trabalho colaborativo e de confiança foi fundamental. A equipe precisou superar diferenças individuais e trabalhar em conjunto, confiando nas habilidades e contribuições de cada membro.

Cronograma das Ações: O cronograma foi revisado pela equipe para garantir sua viabilidade e realismo. Foram feitos ajustes para equilibrar as cargas de trabalho, lidar com imprevistos ou otimizar a sequência das tarefas.

Comunicação e acompanhamento: Uma vez definido o cronograma, ele foi comunicado a todos os membros da equipe. Durante o período de desenvolvimento, o cronograma foi acompanhado regularmente para monitorar o progresso, identificar atrasos ou desvios e tomar medidas corretivas, se necessário. Isso ajudou a garantir uma gestão eficiente do tempo e a conclusão bem-sucedida do projeto dentro do período de desenvolvimento estabelecido.

Síntese das Ações: A equipe conduziu uma pesquisa abrangente para identificar tendências de mercado, necessidades dos consumidores e oportunidades de negócio. Isso envolveu a análise de dados, estudos de caso e a revisão de fontes confiáveis de informação.

As reuniões e discussões foram realizadas de forma remota. Esses encontros permitiram a colaboração entre os membros, compartilhamento de ideias e atualização do progresso do projeto.

Essas ações permitiram que o grupo desenvolvesse e implementasse com sucesso um novo segmento empresarial com base no brainstorming empresarial. A colaboração e a comunicação eficaz foram fundamentais para o progresso do projeto, mesmo durante os encontros remotos.

a.Aspectos positivos

Colaboração: O grupo demonstrou uma forte capacidade de colaboração ao realizar sessões de brainstorming e compartilhar ideias de forma aberta e respeitosa. Isso permitiu que todos os membros contribuíssem com suas perspectivas únicas e criassem um ambiente de trabalho colaborativo.

Criatividade: A realização de sessões de brainstorming permitiu que o grupo explorasse soluções criativas para desafios empresariais. A diversidade de ideias geradas demonstrou a capacidade criativa da equipe em pensar fora da caixa e encontrar abordagens inovadoras para o novo segmento empresarial.

Pesquisa aprofundada: A equipe dedicou tempo e esforço para realizar uma pesquisa abrangente de mercado. Isso demonstrou um compromisso com a obtenção de informações sólidas e atualizadas, permitindo que o projeto se baseasse em dados reais e tendências do mercado.

Adaptação às circunstâncias: O grupo demonstrou flexibilidade ao lidar com as circunstâncias em constante mudança, como a realização de encontros remotos. Essa capacidade de adaptação permitiu que o projeto continuasse avançando, mesmo diante de desafios e restrições externas.

Esses aspectos positivos das ações desenvolvidas pelo grupo durante o PI contribuíram para um trabalho colaborativo, criativo e estrategicamente orientado. Essas características foram fundamentais para o sucesso do projeto e para a implementação bem-sucedida do novo segmento empresarial.

b.Dificuldades encontradas

Durante o PI, o grupo enfrentou poucas dificuldades nas ações desenvolvidas. O trabalho em equipe foi bem coordenado e as atividades progrediram de forma suave e eficiente.

É importante destacar que, embora o grupo não tenha enfrentado muitas dificuldades significativas, é comum que desafios surjam em projetos empresariais. No entanto, a equipe conseguiu lidar de maneira eficaz com os obstáculos encontrados, o que contribuiu para o sucesso geral trabalho.

c.Resultados atingidos

As sessões de brainstorming e a colaboração da equipe resultaram na geração de ideias inovadoras para o novo segmento empresarial. Essas ideias foram avaliadas e selecionadas com base em critérios específicos, resultando em uma proposta de negócio.

O trabalho proporcionou à equipe uma valiosa experiência de aprendizado e desenvolvimento. Os membros puderam aprimorar suas habilidades de trabalho em equipe, criatividade, comunicação e resolução de problemas, o que contribuiu para o crescimento profissional de cada indivíduo.

d.Sugestões / Outras observações**12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva
RA 1012022100244	NOME Mikaella Ernesto Laurindo
RA 101202210056	NOME Adriana Araújo Vieira Barbieri
RA 1012022100119	NOME Jade Leite Bento
RA 101202210055	NOME Ana Lucía Camilo Neves da Silva