



**UNIFEOb**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO BASTOS**

**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE**

**TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**PROJETO INTEGRADO**

**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**

**DICK'S BURGER**

**SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP**

**JUNHO, 2023**



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**DICK'S BURGER**

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

Estudante: JAQUELINE MARCELA CHAVES, RA 1012022100162

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

**SUMÁRIO**

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	11
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	12
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	13
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	13
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	19
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>21</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>22</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O objetivo deste projeto integrado é a criação de um novo empreendimento, com base no método brainstorming empresarial que significa tempestade de ideias. É uma ferramenta eficiente não apenas para desenvolver ideias inovadoras, mas também para que você possa entender melhor o seu próprio negócio, seus problemas e possíveis soluções.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Dick's Burger vai ser um local especializado no preparo e comércio de sanduíches do tipo hambúrguer artesanal, na cidade de Vargem Grande do Sul-SP.

Há quem prefira hambúrguer estilo fast-food, mas a onda dos preparos artesanais continua a conquistar o público, e por isso o Dick's Burger está chegando com um diferencial muito grande de outras hamburguerias da região. Os hambúrgueres serão defumados no pit smoker que é uma técnica usada para assar o hambúrguer com fumaça quente na temperatura média de 100 a 120 graus célsius trazendo muito mais sabor e equilíbrio a proteína.

A empresa traz uma inovação no mercado de hambúrguer para a região. Todos os sanduíches produzidos são em escala reduzida, com o preço proporcional. Isso faz com que o cliente tenha a liberdade de escolher mais de um sabor de hambúrguer por pedido. Com um cardápio de cinco sabores, diferentes opções de molho e acompanhamentos, o consumidor tem inúmeras combinações a fazer.

Por ser uma hamburgueria terá uma vantagem especial por não haver necessidade de determinação de público alvo específico, já que se trata de um negócio bem aceito pela população de todas as regiões do país e de todas as classes sociais. Será um local bem organizado e com opções de acompanhamentos que combinam com a refeição.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

#### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

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

O perfil empreendedor é o mais importante dentro da empresa, é através desse interesse que descobrimos o potencial ligado a criatividade, autoconfiança, detecção de oportunidades, cálculo do risco, persistência e poder de liderança, além de ter facilidade para acompanhar as mudanças tecnológicas.

O desafio maior é o desenvolvimento de um processo que permita entregar em um espaço de tempo menor, chegando o mais perto possível do tempo de preparo de um fast-food tradicional, são estratégias que deverão ser bem definidas com fornecedores na forma da entrega dos ingredientes, e também com os funcionários, que deverão ser muito bem treinados, levando em consideração todos os aspectos da preparação de um hambúrguer.

##### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

O Dick's Burger terá um capital de giro próprio, que foi juntado e teve seus rendimentos durante sete anos. Foi feita a análise de custos a serem gastos com documentação, equipamentos, estoque, decoração, mobília e todos os investimentos necessários para dar início ao projeto, totalizando em R\$126.581,00.

Tabela 1 - Análise de custo.

Itens	Valor
Pit Smoker Artmill	8.750,00
Chapa Vulcan VCRG 48	10.630,00
Fritadeira Vulcan LG300	9.775,00
Balcão Refrigerado Inox	7.601,00
Expositor de bebidas	3.037,00
Freezer	3.732,00
2 Mesas de manipulação inox	2.800,00
Mantenedor de hambúrguer	6.270,00
Conservador de batata Macom	3.024,00
Utensílios e decorações	11.500,00
Fogão industrial	2.241,00
Pia Inox	1.394,00
10 Conjuntos de mesas	3.270,00
Kit som ambiente Frahm	2.857,00
Reforma	9.000,00
Estoque	23.000,00
Documentações e taxas	4.500,00
Outros custos	7.000,00
Aluguel	6.200,00
<b>Total:</b>	<b>126.581,00</b>

### 3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Esse novo empreendimento apresenta a estrutura de uma hamburgueria artesanal, que tem como atividade principal a produção de hambúrgueres de origem bovina.

Para ter capacidade e agilidade de elaborar os hambúrgueres, a empresa necessita de maquinários de porte industrial, e um desses equipamentos será o pit smoker que vai defumar o hambúrguer dando um sabor defumado totalmente diferente, criando uma identidade própria e se destacando da concorrência. Com relação aos molhos que acompanham o hambúrguer, o cliente poderá escolher um dos quatro tipos de molhos (barbecue, maionese verde, mostarda e mel e maionese de bacon), para acompanhar seu lanche. Os produtos levarão em consideração processos que vão priorizar a qualidade do produto final, utilizando ingredientes com boa qualidade e sempre frescos. Os principais pontos que diferenciam uma hamburgueria artesanal segundo o público são produtos com qualidade nutricional maior, devido aos ingredientes terem mais qualidade e também ao nível de processamento bem menor se comparar com redes fast-food.

Serão também comercializadas bebidas em geral, refrigerantes, água e sucos naturais.

Apresentamos uma proposta de hamburgueria industrial, com tambores na cor preta, com spot de iluminação branco quente, som ambiente, canos da fiação aparentes, cores escuras com um toque de muita modernidade.

O público alvo da hamburgueria serão os moradores da região, clientes que querem fazer uma refeição diferente, por um preço justo. Amantes de hambúrguer artesanal, bacon e batata frita formam o principal perfil de clientela da hamburgueria.



Figura 1 - Logomarca Dick's Burger



## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

A empresa tem como objetivo principal ser reconhecida como a melhor hamburgueria artesanal da cidade. Para que esse fato se torne realidade é preciso muito trabalho, sendo cumprido algumas metas.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Os principais diferenciais serão a qualidade nos produtos oferecidos, a seleção criteriosa dos fornecedores, investimento no treinamento dos funcionários, ambiente confortável e bem decorado, visando garantir uma experiência memorável aos nossos clientes.

O foco deste novo negócio são hambúrgueres artesanais, apesar dos futuros clientes terem várias opções de hamburguerias, ainda não existe um espaço que ofereça os produtos artesanais e defumados que o Dick's Burger irá oferecer. A disponibilidade dos hambúrgueres e a quantidade de cada produto que devemos manter disponíveis aos nossos clientes. Esse número será controlado pelo sistema de gerenciamento, e será através dele que serão efetuadas as reposições dos produtos.

Dentro do planejamento estratégico, foi feita uma Análise SWOT.

Análise SWOT é uma abreviação das palavras em inglês strengths, weaknesses, opportunities e threats, que significam forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Em português, é chamada "análise FOFA". A função dessa ferramenta é avaliar os ambientes interno e externo de uma empresa.

Tabela 2 - Análise de SWOT / FOFA, do Dick's Burger.

	Strengths / Força	Weaknesses / Fraquezas	
+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hambúrguer defumado;</li> <li>- Qualidade dos produtos;</li> <li>- Valor acessível;</li> <li>- Aplicativo próprio;</li> <li>- Delivery e ponto fixo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de combos no cardápio;</li> <li>- Falta de experiência na área;</li> <li>- Bebidas com valor alto;</li> <li>- Fechado segundas e terças;</li> </ul>	-
	Opportunities / Oportunidade	Threats / Ameaças	
+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espaço físico;</li> <li>- Delivery;</li> <li>- Hambúrguer artesanal em alta;</li> <li>- Divulgação e marketing;</li> <li>- Preços acessíveis;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampla concorrência na cidade;</li> <li>- Aplicativos de comida;</li> <li>- Crise econômica;</li> </ul>	-

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são fundamentais para a definição da identidade e direção de uma empresa, organização ou instituição. Cada um desses elementos tem um papel específico na construção da cultura organizacional e na orientação das decisões estratégicas.

A definição do trio é realizada desde o nascimento e início da empresa, devendo ser revisada e validada durante toda sua existência.

- **Missão:** define o propósito fundamental e a razão de existir de uma empresa, organização ou instituição. Ela descreve a atividade principal da empresa, quem são seus clientes e qual é o valor que ela entrega a eles. A missão deve ser clara e objetiva, e deve refletir os valores e as crenças da organização.
- **Visão:** é uma descrição clara e inspiradora do futuro desejado de uma empresa, organização ou instituição. Ela representa uma imagem do que a organização quer se tornar em um horizonte de tempo mais longo, geralmente de 5 a 10 anos.
- **Valores:** são os princípios éticos e culturais que orientam o comportamento e as decisões de uma organização. Eles representam as crenças fundamentais da empresa e definem o que é importante em sua interação com clientes, fornecedores, funcionários e comunidade em geral.

Exemplos:

#### **Apple:**

- **Missão:** “A Apple projeta os melhores produtos do planeta, cria experiências incríveis e lidera o setor de tecnologia com suas inovações”.
- **Visão:** “Ser uma empresa que revoluciona o mundo por meio da tecnologia”.
- **Valores:** Inovação, qualidade, simplicidade, design, sustentabilidade.

**Google:**

- **Missão:** “Organizar as informações do mundo e torná-las acessíveis e úteis para todos”.
- **Visão:** “Criar um futuro mais inteligente, no qual a tecnologia melhore a vida das pessoas”.
- **Valores:** Foco no usuário, inovação, ética, transparência, responsabilidade.

**Microsoft:**

- **Missão:** “Empoderar todas as pessoas e organizações do planeta a alcançar mais”.
- **Visão:** “Criar tecnologia que transforma o mundo, e que seja acessível a todos”.
- **Valores:** Inovação, confiança, responsabilidade, respeito, transparência.

**3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO****Dick’s Burger:**

- **Missão:** Proporcionar uma experiência diferente com um sabor defumado irresistível e com muita qualidade.
- **Visão:** Com o sucesso da empresa, expandir ou abrir franquias em outras regiões.
- **Valores:** Qualidade, limpeza, agilidade, incentivo aos colaboradores, inclusão, atender o maior número de clientes com o avanço da tecnologia e inovação.

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

#### **3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE**

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

O Autoconhecimento nos ajuda a melhorar nossa relação com nós mesmos e com o mundo, assim percebermos como os outros nos veem e como nos encaixamos no mundo em que vivemos.

Praticar o autoconhecimento ajuda a conhecer mais sobre: forças, fraquezas, gostos, medos, bloqueios, crenças, valores e suas buscas. Aprendemos a ter consciência de si próprio, é olhar para você mesmo por vários ângulos e ter mente aberta, nos tornando capazes de identificar nossos valores e nos motivar a seguir nossa caminhada de uma maneira mais leve e confiante. O autoconhecimento também passa por tirar um tempo para si, fazer atividades que você gosta, entender como você está se sentindo e sentir essas descobertas.

Uma técnica de planejamento estratégico que podemos utilizar para a autoanálise é a Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), ou em inglês SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

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

Para a realização de objetivos e planos, é necessário que a pessoa tenha disciplina e determinação para concretizá-lo. 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. Uma possibilidade é desenvolver o planejamento trilhando o seguinte caminho: brainstorming, definição das ideias e

escolhas, diferenciação, direção, canvas, são metodologias capazes de auxiliar todo o processo e potencializar ainda mais os resultados que você deseja, visto que ele desenvolve seu autoconhecimento, permite que você identifique suas motivações, crenças, valores, comportamentos e limitações, e, assim, o norteia quanto às ações mais adequadas para a realização do seu plano de vida e carreira.

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

Várias ferramentas da área de negócios podem nos auxiliar a definir as estratégias de atuação, bem como a consolidar planos de ação na nossa vida pessoal ou profissional, que são:

- **Plano Smart:**

Essa ferramenta envolve a capacidade de auxiliar e estabelecer metas. Um dos motivos é que essa ferramenta permite traçar as ações de maneira bastante clara para o alinhamento das iniciativas voltadas para cumprir os objetivos que se quer chegar.

- **PDCA E PDCL:**

PDCA é uma ferramenta de gestão que significa Plan = Planejar, Do = Fazer, Check = Checar, Act = Agir, e tem como objetivo a melhoria contínua em processos.

O ciclo PDCA (planejamento, execução, verificação dos resultados e ações corretivas) é um método muito utilizado para planejamentos, ações e melhorias de processos. Além das realizações previstas, esse método traz como resultado indireto a criação de conhecimento, pois ao completar todo o seu ciclo se passa por todas as etapas do conhecimento.

O PDCL possui as mesmas etapas do PDCA, a sua diferença está na última etapa, onde o agir é substituído por Learn = Aprender. O PDSA substitui o check por Study = Estudar.

Ao aplicar as metodologias PDCA ou PDCL, precisamos nos lembrar de que o aperfeiçoamento do planejamento é uma atitude contínua, que pode ser melhorado de maneira cíclica para o alcance das metas e objetivos estabelecidos.

- **As cinco forças de Porter:**

Ameaça de produtos substitutos; ameaça de entrada de novos concorrentes; poder de negociação dos clientes; poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre os concorrentes. São os pilares de uma empresa, e se algum mudar deve-se reavaliar seu posicionamento estratégico.

A partir da análise dessas cinco forças, com foco na área ou profissão, é possível mapearmos a atratividade delas na nossa carreira. E também analisarmos o contexto da área em que estaremos atuando, para conhecer o nível de competição entre os que concorrem nela.

- **A Matriz BCG:**

Define e compara diferentes produtos ou unidades de negócio de uma empresa, baseada em volume, participação de mercado e crescimento de mercado, com o objetivo de se tomar as decisões estratégicas mais adequadas sobre cada produto ou negócio analisado.

A matriz BCG pode ser bastante útil para empresários que comercializam diferentes tipos de produtos e precisam decidir quais deles devem receber mais investimentos e quais talvez já não valham mais a pena receber recursos e despende esforços.



- **5W2H:**

A ferramenta 5W2H é um conjunto de questões utilizado para compor planos de ação de maneira rápida e eficiente.

Seu principal propósito é a definição de tarefas eficazes e seu acompanhamento, de maneira visual, ágil e simples. A sigla 5W2H diz respeito a cinco “Ws”: What?, Why?, Where?, Who? e When?, significando, 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, dia de início e fim.

E os dois “Hs” são: How? e How much?, que significam, respectivamente:

- Como? As técnicas que empregaremos para realizar a ação.
- Quanto? Os custos financeiros, de tempo e emocionais envolvidos na ação.

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

O planejamento realizado para dar suporte aos nossos objetivos e propósitos para o futuro, seja no âmbito pessoal, seja no 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.

Os planos de ação que executamos devem estipular as metas estabelecidas, que serão mensuradas e avaliadas. Para isso, são necessários indicadores de desempenho que fiquem atrelados às nossas metas ou objetivos estratégicos que são:

- **KPI:**

É a sigla em inglês para Key Performance Indicator, ou Indicador-Chave de Desempenho, em português. Os KPIs indicam os valores quantitativos fundamentais que medem os seus principais processos internos da empresa, possibilitando o acompanhamento e o melhor gerenciamento do nível de desempenho e sucesso das estratégias. Entretanto, podemos aplicar os KPIs em diferentes áreas da nossa vida.

- **Gestão do conhecimento:**

A Gestão do Conhecimento Pessoal (GCP) é definida como um processo individual e disciplinado pelo qual entendemos as informações, observações e ideias, focadas em nosso autodesenvolvimento (JARCHE, 2009).

A GCP é um exercício de autodesenvolvimento que segue um processo para gerenciar o conhecimento útil e relevante que se encontra disponível no mundo. É importante que utilizemos todo o conhecimento adquirido, caminhando em direção aos nossos objetivos!

- **OKR:**

Os OKRs possibilitam a definição de metas colaborativas, que são desafiadoras e ambiciosas, têm resultados mensuráveis e são usadas por grupos e indivíduos (PANCHADSARAM; PRINCE, 2021).

A definição dos OKRs deve ser vista como uma lista de aspirações que desejamos alcançar, sendo ideal para objetivos mais desafiadores que pretendemos atingir ao longo da nossa vida.

- **BSC:**

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.

O BSC representa uma ferramenta bem útil para o desenvolvimento de uma visão ampla dos nossos objetivos e metas, ao traçarmos um plano de ação para alcançá-los.

- **FORECAST E FORESIGHT:**

São métodos relevantes: forecast (previsão) e foresight (visão de futuro). Ambos os métodos são advindos da área de negócios e podem ser úteis para a realização de planejamentos e a tomada de decisão na nossa trajetória pessoal e na profissional.

Por fim, aplicar essas ferramentas agrega uma série de benefícios, seja para uma organização, para aperfeiçoamento profissional ou até na vida pessoal.

### 3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para traçar uma trajetória de vida, é necessário ter um propósito e conhecer-se, para que escolhas e realizações façam sentido para quem as planeja. A matriz SWOT, é uma técnica de planejamento estratégico, aplicável tanto no contexto empresarial, quanto pessoal. Para isso, a equipe pode utilizar um caso fictício para trazer exemplos de como essa ferramenta pode facilitar a clareza de objetivos a serem traçados.

A Análise SWOT pessoal é uma ferramenta que te permite fazer uma autoanálise profunda, com o objetivo de se conhecer melhor. Olhar para si mesmo e estudar sua própria pessoa, identificar características da sua atual situação e definir o estado em que você deseja chegar.

- **VIDEO:** <https://youtu.be/AGc4vfsDsgI>

#### **4. CONCLUSÃO**

Este projeto integrado teve como objetivo elaborar a criação de uma empresa fictícia no ramo alimentício, apresentando todo o desenvolvimento de sua gestão e administração.

Foi possível entender melhor sobre as estratégias empresariais e como elas auxiliam na melhora da empresa. Compreendi que um brainstorming bem elaborado pode salvar uma empresa.

O projeto me ajudou a entender que para ter sucesso, todos que fazem parte da empresa precisam buscar sempre os melhores resultados, trabalhando a criatividade compreendemos todas as oportunidades que a vida nos dá.

Aprendi sobre análise de SWOT pessoal e vi o quanto essa ferramenta pode facilitar a vida pessoal e profissional para definir suas qualidades, habilidades, forças, fraquezas, defeitos e pontos de melhoria, além de focar e antecipar oportunidades e ameaças que podem exercer influência, positiva ou negativa, em sua carreira hoje e no futuro.

## REFERÊNCIAS

GOOMER, Blog. Como montar uma hamburgueria. Disponível em: <<https://blog.goomer.com.br/dicas-para-montar-uma-hamburgueria/>> Acesso em: 23 de maio de 2023.

MARCOCCI, Camila. Lista de missão, visão e valores de grandes empresas. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/missao-visao-valores/#:~:text=Apple%3A,%2C%20simplicidade%2C%20design%2C%20sustentabilidade.>> Acesso em: 25 de maio de 2023.

UNIFEOB. Pensando estrategicamente. Disponível em: <<file:///C:/Users/55199/Downloads/bf140f00-8c5b-4716-a920-91fceada1015.pdf>> Acesso em: 30 de maio de 2023.

WOEBCKEN, Cayo. O que é brainstorming. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/brainstorming/#:~:text=Brainstorming%20%C3%A9%20uma%20t%C3%A9cnica%20para,insights%20valiosos%20para%20a%20empresa.>> Acesso em: 24 de maio de 2023.

**RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO****RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO****1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE****RELATÓRIO:** Brainstorming Empresarial**CURSO:** Tecnologia em Logística**MÓDULO:** Módulo Planejamento Estratégico**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Prof. Danilo Morais Doval e Prof. Luiz Fernando Pancine**ESTUDANTE:** Jaqueline Marcela Chaves**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 23 de maio de 2023 a 12 de junho de 2023.**2. DESENVOLVIMENTO**

Contextualização: Este projeto integrado teve como objetivo elaborar a criação de uma empresa e todo o desenvolvimento de sua gestão e administração. Aprendi a desenvolver a análise de SWOT pessoal e o significado de várias outras ferramentas da área empresarial.

Desafio: O maior desafio foi descobrir qual ramo escolher, desenvolver e ter a ideia de como montar uma hamburgueria do zero buscando seus diferenciais.

Cronograma das Ações: Durante todo o projeto integrado seguir a ordem dos cronogramas, conforme a sequência dos tópicos.

Síntese das Ações: Realizei todo o projeto integrado com minhas ideias, estudos e fontes da internet.

a. Aspectos positivos: Aprendi a empreender criando uma empresa do zero, a usar ferramentas de administração e saber se identificar com a análise de SWOT pessoal.

b. Dificuldades encontradas: A maior dificuldade foi ter ideias para criar uma empresa do zero com alguns diferenciais das que já tem no mercado.

c. Resultados atingidos: Com todo o conhecimento e desenvolvimento adquiridos durante o projeto, tive a oportunidade de conhecer em situações reais sobre todos os tópicos realizados.

d. Sugestões / Outras observações

### 3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012022100162	NOME: Jaqueline Marcela Chaves
-------------------	--------------------------------