



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
PANIFICADORA MARTINS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
PANIFICADORA MARTINS

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Gabriel M. Moreira Quadra, RA 1012021200050

Thrinna Maria G. de Lima, RA 1012021200199

Fernanda Martins Gonçalves da Silva, RA 1012021200386

Tiago Christensen Simendes, RA 1012021200252

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	10
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	10
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	12
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	13
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	13
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	14
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	15
4. CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17
ANEXOS	18
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	21

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Dornelas (2019), existem dois grupos principais de empreendedores. O primeiro grupo se trata dos empreendedores por necessidade, que são levados a essa situação por motivos como: falta de acesso a oportunidades de trabalho formal como empregado; necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas da sobrevivência; carência de conhecimento explícito; demissão e desemprego.

O segundo grupo se trata dos empreendedores por oportunidade, que decidiram empreender após: ter uma ideia, descoberta ou inovação; tomar uma decisão deliberada e/ou planejada; receber um convite de outro empreendedor; realização financeira; desejo de autonomia; ganhar um recurso inesperado; receber herança e/ou participar de sucessão de empresa familiar; projeto pós-carreira; missão de vida. O autor em ambos os casos explicita que esses não são os únicos motivos possíveis para cada tipo de empreendedor e logo em seguida demonstra subtipos de empreendedorismo para cada grupo. Os empreendedores por necessidade estão mais vulneráveis visto as condições que levam à sua criação. A necessidade por recurso financeiro, carência de conhecimento ou a demissão e desemprego podem levar o empresário a tomar decisões emocionais e por impulso, atitudes que não são bem-vindas quando tratamos de um negócio.

Partindo desses princípios, iniciamos uma “chuva de ideias” para a proposta de criação de um novo empreendimento. A criatividade se aflorou sem a preocupação sobre a real viabilidade do negócio, e, após discussões, surge uma nova empresa no setor de panificação, focada na defesa da cultura sustentável.

No presente trabalho, é apresentado o projeto de uma padaria artesanal, considerando sempre a missão, visão e valores definidos pela empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Com a crescente demanda por melhor qualidade de vida, grande parcela da população busca por um estilo de vida mais saudável, sem deixar de lado a rapidez, praticidade e qualidade. Para oferecer uma opção saudável, saborosa e sem uso de aditivos alimentares, enquanto oferta um preço competitivo, surge a Panificadora Martins (Fig. 1 e 2).

Com base na tradição familiar, através da produção de produtos caseiros, mas sem deixar de lado a confeitaria tradicional da década de 1980, a empresa propõe a produzir pães mais saudáveis, sem a adição de conservantes, corantes, entre outros aditivos e melhoradores. Sempre é priorizado o uso da fermentação natural, que apresenta diversos benefícios comprovados para o corpo humano, tais como hidrólise do glúten, o que facilita a digestão, além da presença de microrganismos benéficos para a microbiota intestinal. Além disso, a padaria usa somente 27 farinha de trigo orgânica, e sempre que possível serão utilizados insumos orgânicos, prezando pela cultura de alimentos “limpos”.

O público-alvo é composto por pessoas de todas as classes sociais, principalmente entre 18 e 50 anos que desejam melhorar sua alimentação, ou apenas estejam procurando por pães artesanais saborosos. Com o processo artesanal, a venda é direta ao consumidor, com a possibilidade de também revenda para outros estabelecimentos, sem muita escala.

O produto principal da empresa é o pão de fermentação natural e longa (Fig 3), com uso de farinha e ingredientes orgânicos. Pães de alta qualidade feitos com massa folheada (croissants e pain au chocolat), focaccias, panettones, pães de forma artesanais, pães rústicos puros e recheados, e pães fofos puros ou com recheio doce são apenas alguns de diversos tipos e sabores não encontrados com facilidade atualmente no mercado.

O local escolhido para a instalação da loja foi no centro da cidade de São José dos Campos, estado de São Paulo, tanto pelo interesse de seus habitantes por um estilo de vida mais saudável, quanto pela localização da família Martins, e fácil acesso

beneficiando a logística de entrega dos pães para todos os bairros próximos. A loja terá a função principal de ser um local de produção dos pães sob encomenda, entretanto também haverá pães em vitrine disponíveis para pronta entrega.

A divulgação será feita nas redes sociais com fotos bem produzidas criando o desejo de consumo no cliente, sempre ressaltando a fabricação de pães sem a adição de aditivos alimentícios (Fig. 4, 5 e 6). Serão utilizados sempre meios tecnológicos que permitam o acesso aos pedidos da padaria em qualquer celular ou dispositivo com autorização, permitindo melhor controle e visualização dos pedidos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Como proposta para Projeto Integrador fora proposto um empreendimento do ramo da alimentação com foco em panificações. O empreendimento proposto destaca-se pela qualidade dos produtos bem como estrutura operacional bem organizada.

O empreendimento conta com uma equipe operacional qualificada e espaço amplo e estruturado para atendimento e exposição de produtos. Localizada na cidade de São José dos Campos, São Paulo, a Panificadora Martins tem como foco a produção de alimentos frescos e atendimento personalizado.

Com uma equipe operacional qualificada, a Panificadora busca semestralmente realizar uma atualização no catálogo de produtos, buscando oferecer ampla seleção de bolos e pães de produção artesanal. Além de buscar a variedade do produto, a Panificadora utiliza esse diferencial para atrair novos clientes através das estratégias de marketing.

Buscando aumentar o poder de marca e visibilidade, além de fortalecer outros empreendimentos locais, a Panificadora utiliza parcerias com empresas locais para promoção e divulgação dos produtos próprios, bem como alcance de novos clientes através do fortalecimento dos empreendimentos regionais. Além disso, utilizando as parcerias locais, a Panificadora goza de ingredientes diferenciados e de qualidade para a produção artesanal de seus produtos.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

As principais competências para gestão de negócios estão relacionadas intimamente com habilidades soft e hard skills. Ao analisar posições de gestão, é necessário que os responsáveis dominem e tenham contínuo desenvolvimento de gestão de pessoas e habilidade de comunicação assertiva e empática.

Ambas as características são extremamente importantes para que haja uma liderança hábil com foco no recrutamento e desenvolvimento de talentos com o objetivo de desenvolver um ambiente produtivo e eficiente. Ao se analisar a necessidade de comunicação assertiva e empática, principalmente em cargos de liderança, é importante que os responsáveis saibam se comunicar de forma clara, objetiva e profissional com liderados, liderança e demais envolvidos no processo.

Além das características mencionadas acima, é preciso que a gestão esteja constantemente desenvolvendo a habilidade de gestão de tempo associada com tomada de decisão. Ambas habilidades caminham juntas uma vez que auxiliam na priorização de tarefas e prazos bem como na análise de cenários e tomada de decisões assertivas e fundamentadas.

Além de softs skills, a gestão de negócios precisa constantemente desenvolver habilidades técnicas relacionadas à análise de mercado, conhecimento do produto, marketing e vendas bem como gerenciamento de riscos/crises.

O conhecimento do mercado é extremamente importante para que a gestão do negócio possa ter compreensão integral da operação, possíveis concorrentes e tendências do mercado. Possibilitando um avanço tecnológico bem como a antecipação de tendências e movimentos dos consumidores.

Por sua vez, o conhecimento do produto elaborado garante que a gestão possa ter conhecimento completo sobre o produto ofertado, incluindo, diferenciais e características marcantes para uma precificação correta compatível com o consumidor desejado.

Ao analisarmos todo o conjunto citado de habilidades, é preciso que a gestão desenvolva constantemente conhecimentos voltados para áreas do negócio, como por exemplo, Marketing e Vendas com o objetivo de analisar técnicas para abordagens para assertivas, aumento de vendas, branding e análise de mercado como todo. Paralelamente a todas essas habilidades, a gestão precisa desenvolver o gerenciamento de riscos e danos com a finalidade de sempre avaliar potenciais riscos e como desenvolver medidas adequadas para mitigá-los perante ao negócio.

A gestão da Panificadora além de dominar as habilidades citadas anteriormente precisa dominar as habilidades operacionais para oferecer os melhores direcionamentos estratégicos. Caso a gestão não domine as habilidades operacionais, é necessário que haja em um posto de liderança um responsável com tais conhecimentos para tomadas de decisões operacionalmente assertivas.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para a constituição do novo empreendimento, a gestão pode gozar de amplas possibilidades para fontes de capital com o objetivo de estruturar o novo negócio como recursos próprios, empréstimo bancário e investimentos anjos, dentre outros.

Analisando a possibilidade de estruturação do negócio a partir de recursos próprios, a gestão financeira teria como montante mínimo um valor estimado entre R\$ 800 mil reais. Tal valor é calculado levando-se em consideração os custos legais e burocráticos para legalização do empreendimento, desenvolvimento do produto, marketing e divulgação bem como com a estrutura, equipamentos e equipe de funcionários.

Além de recursos financeiros próprios, a gestão da Panificadora pode utilizar a possibilidade de investidores anjo que são constituídos por indivíduos com alto patrimônio líquido que orientam estrategicamente o negócio bem como investem capital semente para estruturação e desenvolvimento inicial.

Outra possibilidade também pode ser explorada pelos empreendedores como, por exemplo, a utilização de empréstimos bancários. Essa opção garante uma linha de crédito tradicional para os empreendedores, porém, deve ser analisada cuidadosamente em razão das altas taxas de juros. À título de exemplo, um empreendedor que queira obter um empréstimo de R\$ 500 mil reais à 1,5% de juros ao mês, ficará sujeito à R\$ 26.575,66 de juros além de parcelas extremamente variáveis como vide simuladores de empréstimos de bancos tradicionais do Brasil.

Portanto, a gestão empreendedora da Panificadora deverá analisar cuidadosamente as possibilidades para escolha assertiva e produtiva para o negócio sem abertura de dívidas ou negociações infundadas.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Produtos/Serviços: A Panificadora Martins oferece serviço de alimentação e comercialização de diversos produtos expostos e à la carte, por pedido diretamente no estabelecimento, para encomenda, consumo imediato e para levar. Há também a realização do serviço de entrega, normalmente quando os pedidos são grandes. Os produtos atendem a muitas necessidades, tanto pelas vias de pedido quanto pela variedade, alcançando desde atendimento ao café matinal até uma pequena cesta de itens levados para o café da tarde ou jantar. Tendo produção própria, a Panificadora Martins fabrica diariamente pães, bolos, tortas, salgados, doces, muffins, salada de frutas, sucos, cafés e sobremesas diversas. Também se destaca o serviço à la carte, onde é listado o tradicional sanduíche com café com leite, açaí na tigela, torradas com suco de frutas, dentre outros. Também há serviço de à la minuta, durante o horário de almoço. O estabelecimento oferece também alguns itens industrializados e de mercearia, armazenados em prateleiras e refrigeradores. Os itens mais pedidos, segundo a direção da empresa, são o sanduíche com café, o bolinho de chocolate, o pastel de frango com catupiry, o bolo de aipim com coco, e a torta húngara. Quanto aos itens industrializados e de mercearia, tem maior saída os pães fatiados, as bebidas engarrafadas e os biscoitos artesanais. Nós também mantemos um pequeno estoque de itens incomuns para uma empresa do ramo de alimentação como: fósforos, palitos, produtos de limpeza como detergente e esponjas, papel higiênico e erva-mate. Segundo sua concepção, muitas vezes os clientes procuram tais produtos, sabendo de sua disponibilidade de venda no local e aproveitam para levar outros itens de sua produção.

Mercado de Atuação: Moradores e trabalhadores no centro e bairros próximos da cidade de São José dos Campos/SP.

Principais Clientes: A Panificadora Martins tem como principais clientes os moradores do bairro central e circunvizinhanças, como aposentados e pessoas que cuidam do lar; trabalhadores de empresas próximas; estudantes de escolas e colégios próximos.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Pode-se definir como administração estratégica sendo um processo amplo e relaciona com todos os níveis da operação de uma empresa, tendo como principal instituto a implementação dos seus objetivos e estratégias, especialmente a longo prazo. Esse conceito engloba atividades de planejamento, organização, direção, coordenação e controle, servindo de base para a tomada de decisões e o aprimoramento contínuo dos processos que compõem as atividades de um negócio.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é um direcionamento de ações que são planejadas pela companhia para que tenha maior competitividade. Dessa maneira é feita uma análise do cenário local, quais são as capacidades existentes, os objetivos estabelecidos, recursos e demais indicadores para ter esclarecimento sobre o que será aplicado.

Existem diversos tipos de estratégia empresarial seguindo abaixo alguns exemplos e aplicações.

Estratégia de crescimento

A estratégia de crescimento é quando há foco no aumento de:

- Lucros
- Vendas
- Participação no mercado de atuação
- Valor da empresa

Estratégia de estabilidade financeira

Nesse caso, o foco é quando existem operações em vários setores, onde a empresa analisará:

- As operações
- Os esforços da administração
- As empresas existentes
- E o ponto de equilíbrio

Tudo isso visando com que atinja-se a estabilidade financeira com maior excelência.

Estratégia de expansão

O foco dessa estratégia é alcançar a expansão da empresa, seja de forma segura ou arriscada. Nesse caso, é comum que alguns pontos sejam analisados, como:

- Qual a demanda e rentabilidade para que o investimento seja feito
- Se existem lucros acumulados que podem sustentar o investimento
- Qual a possibilidade de financiamento para complementar os recursos da companhia

Estratégia de redução

Essa estratégia costuma aparecer quando os resultados da companhia estão abaixo do que foi definido, ou seja, quando a empresa está em caos. Nesse caso, é observado o que deve ser feito para se ter uma melhoria da situação, qual será o ponto de reviravolta, as mudanças necessárias para melhoria e até planos de liquidação, por exemplo.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão da empresa

A missão, em suma, é o detalhamento da razão de ser da empresa, o que ela pretende oferecer à sociedade por meio de um modelo de negócios viável. O objetivo de formular uma declaração de missão é criar uma direção a seguir para os funcionários, deixando claras as metas e objetivos da organização.

Visão do negócio

Visão é uma espécie de “sonho impossível” que fornece à empresa direcionamento para os próximos 10 a 20 anos. A visão, muitas das vezes, revela um sonho dos fundadores da empresa, que tem uma visão de futuro e querem compartilhar isso com todos os seus colaboradores.

Valores empresariais

Para atingir os objetivos, cumprir a missão da empresa e realizar o sonho de uma visão futura é preciso que os integrantes da organização apoiem-se em valores empresariais. Isto é: comportamentos e atitudes que são defendidos e utilizados pela empresa. Assim, ao tomar decisões, tanto os líderes como os demais funcionários podem se basear nos valores da empresa.

Vamos exemplificar o exemplo de valores assim como suas missões e visão da empresa Petrobras:

- Missão: atuar na indústria de petróleo e gás de forma ética, segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, fornecendo produtos adequados às necessidades dos clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.
- Visão 2030: Ser uma das cinco maiores empresas integradas de energia do mundo e a preferida dos seus públicos de interesse.
- Valores: Desenvolvimento sustentável, integração, resultados, prontidão para mudanças, empreendedorismo e inovação, ética e transparência, respeito à vida, diversidade humana e cultural, pessoas e orgulho de ser Petrobras.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Para o novo empreendimento a proposta de missão, visão e valores são:

Missão

Preservar a integridade dos sabores tradicionais, proporcionar uma experiência única e facilitar as conexões, através da comodidade com alimentos saudáveis e de fácil aquisição, permitindo às famílias a terem melhor qualidade de vida e saúde em seus lares.

Visão

Ser referência no atendimento ao cliente, produção e comercialização de produtos artesanais em São José dos Campos.

Valores

- Servir com dedicação;
- Ser prestativo e atento às necessidades dos clientes e colegas;
- Agir de forma responsável e com cordialidade;
- Buscar sempre por melhores resultados para o crescimento de todos.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Ter um pensamento estratégico é tão importante que, se ele ainda não faz parte da sua rotina, é hora de rever hábitos e isso não vale apenas para o lado profissional. Independentemente do contexto em que é aplicado, ele permite olhar para o futuro, bem como para todas as incertezas que ele traz. Mais do que isso, dá a você a chance de

identificar oportunidades e de projetar cenários em que elas se transformem em realidade.

Aprenda a identificar tendências: Estar de olho em tudo o que acontece ao seu redor é o primeiro passo para pensar estrategicamente. Pense nisso como o combustível para a sua criatividade. Que tal, por exemplo, dar uma chance para aquela série que está todo mundo comentando e participando daquele evento que reúne os principais nomes da sua área? Aprender a identificar tendências é também antecipar o futuro.

Não tenha medo do novo: O novo pode ser assustador, mas também é instigante e ajuda a entender para onde caminhamos como sociedade. Por isso, desafie a si mesmo constantemente e busque viver experiências diferentes, capazes de agregar pontos de vista.

Instigue o seu senso analítico: Você não precisa ter um grande desafio no trabalho para instigar seu senso analítico. Pode pensar até mesmo em uma situação que envolva a sua vida pessoal. O importante é avaliar como diferentes escolhas podem afetar um objetivo final ou mesmo o caminho necessário para chegar até ele.

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

- **Tópico 1:** Autoconhecimento:

Nesse sentido, nós apresentamos um diferencial competitivo forte para se destacar das demais. Fazemos com oferta de produtos e serviços de qualidade, além de um atendimento oferecido com excelência para garantir a melhor experiência aos clientes.

- **Tópico 2:** Foco:

Supervisionamos e elaboramos rotina de trabalho, lideramos a equipe de padeiros, controlamos escalas e demais atividades relacionadas.

- **Tópico 3: Ação:**

Trabalhamos para superar as expectativas dos clientes em serviços de panificação, investindo constantemente em inovação no que se diz respeito a atendimento personalizado

- **Tópico 4: Avaliação:**

Mantemos uma planilha de despesas detalhada sobre quanto vai para manutenção, compra de matéria-prima e pagamento da equipe todos os meses. Depois de que temos os gastos mensal total, calculamos a margem de lucro e investimos o lucro extra obtido.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

A análise SWOT pessoal é uma proposta para descobrir quais são as suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. O estudo foi criado na universidade de Stanford, entre os anos 60 e 70, sendo aplicado em gestão e negócios. Contudo, hoje, pode ser empregada para o aprimoramento individual.

O objetivo de executar a análise SWOT pessoal é realizar uma auto investigação para entender os pontos fortes, que podem ser potencializados e os pontos fracos, para que ocorram ações de melhoria. Dessa maneira, será mais fácil criar um plano de ação para tornar-se um profissional melhor.

> Clique no link para assistir como fazer a sua análise SWOT pessoal:
<https://youtu.be/jAuoC6LHIoY>

4. CONCLUSÃO

Ao elaborar uma proposta de novo empreendimento, a Panificadora Martins, encontramos dificuldades no entendimento de elementos pilares, ou seja, nas informações necessárias para estruturação do tema proposto. Além disso, uma dificuldade encontrada fora na proposição de um empreendimento factível e possível de ser estruturado na prática, com dificuldades e possibilidades de expansão reais.

Contudo, além das dificuldades, também fora possível aprofundar conceitos críticos estudados ao longo das unidades e estruturar uma análise estratégica acerca do empreendimento bem como conciliar todas as outras informações obtidas nos projetos anteriores.

REFERÊNCIAS

AGENDOR. Guia: Planejamento estratégico, missão, visão e valores, 2020. Artigos. Disponível em: < <https://www.agendor.com.br/> >. Acesso em: 11 de junho de 2023.

BINI; CARAVAGGI, 2022 - (INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS DE ALIMENTAÇÃO, 2022) >. Acesso em: 01 de junho de 2023

DORNELAS, José - Descubra se sua ideia é uma oportunidade > Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/> >. Acesso em: 06 de junho de 2023

EAG. Estratégia empresarial, c2022. Central de Resultados. Disponível em: < <https://empresaautogerenciavel.com.br/> >. Acesso em: 11 de junho de 2023.

SEBRAE. Marketing no setor de panificação: a padaria conceito. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/estrategias-de-aplicacao-da-padaria-conceito,17cbf9154ba31510VgnVCM1000004c00210aRCRD> >. Acesso em: 01 de junho de 2023

SEBRAE. Panificação: Painel de Inteligência Setorial. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/P%C3%A1ginas/Pain%C3%A9is%20Setoriais/Painel%20Setorial%20Panifica%C3%A7%C3%A3o.pdf> >. Acesso em: 02 de junho de 2023

ANEXOS



Figuras 1 e 2



Figura 3



Pão

É só pedir
(12)3456-7890

Venha experimentar nossas delícias feitas com muito carinho!

na sua casa!

MARTINS
PANIFICADORA

Das 06h às 11h
18h às 20:30h

RUA ALEGRE, 123 - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS/SP

Figura 4



Combo cafezin
COMEÇE O DIA DA MELHOR MANEIRA

MARTINS
PANIFICADORA

Coffee Tea

Figura 5



Figura 6

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CURSO: Administração
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof. Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Gabriel Minassian Moreira Quadra
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º Semestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Buscar entender o planejamento estratégico e suas relevâncias, execução e controle das atividades, seja qual for o seu porte, onde foi abordado diversos processos: Gestão empreendedora: Missão, visão e valores: Estratégia empresarial e Pensamentos estratégicos.
Desafio: Entendimento do assunto de forma aprofundada e análise dos elementos influenciadores da empresa criada.
Cronograma das Ações: Definição da empresa criada, divisão dos temas desenvolvidos por cada estudante e desenvolvimento parcial do trabalho por cada integrante.
Síntese das Ações: Fizemos encontros remotos e também fizemos buscas de informações para a criação da nova empresa utilizada na elaboração do PI
<p>a. Aspectos positivos</p> <p>A possibilidade de expor conhecimentos e aprofundar conceitos críticos estudados nas unidades com a finalidade de proporcionar uma análise sobre o planejamento.</p>
<p>b. Dificuldades encontradas</p> <p>Dificuldades na escrita e no entendimento de elementos alicerçantes, por exemplo: juntar as informações pesquisadas com os temas propostos.</p>

c. Resultados atingidos

Elaborar a análise acerca do planejamento estratégico bem como a criação de uma nova empresa..

d. Sugestões / Outras observações

Fazer um estudo do tema requer disciplina, foco e organização para fazer as pesquisas nas fontes seguras e poder analisar as informações, mas acima de tudo compreender a importância deste estudo para a realização do projeto integrado.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021200050	Gabriel Minassian Moreira Quadra
1012021200386	Fernanda M. Gonçalves Silva
1012021200199	Thrinna Maria G. de Lima
1012021200252	Tiago Cristensen Simendes

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CURSO: Administração
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof. Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Fernanda M. Gonçalves Silva
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º Semestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Buscar entender o planejamento estratégico e suas relevâncias, execução e controle das atividades, seja qual for o seu porte, onde foi abordado diversos processos: Gestão empreendedora: Missão, visão e valores: Estratégia empresarial e Pensamentos estratégicos.
Desafio: Entendimento do assunto de forma aprofundada e análise dos elementos influenciadores da empresa criada.
Cronograma das Ações: Definição da empresa criada, divisão dos temas desenvolvidos por cada estudante e desenvolvimento parcial do trabalho por cada integrante.
Síntese das Ações: Fizemos encontros remotos e também fizemos buscas de informações para a criação da nova empresa utilizada na elaboração do PI
<p>e. Aspectos positivos</p> <p>A possibilidade de expor conhecimentos e aprofundar conceitos críticos estudados nas unidades com a finalidade de proporcionar uma análise sobre o planejamento.</p>
<p>f. Dificuldades encontradas</p> <p>Dificuldades na escrita e no entendimento de elementos alicerçantes, por exemplo: juntar as informações pesquisadas com os temas propostos.</p>
<p>g. Resultados atingidos</p> <p>Elaborar a análise acerca do planejamento estratégico bem como a criação de uma nova empresa..</p>

h. Sugestões / Outras observações

Fazer um estudo do tema requer disciplina, foco e organização para fazer as pesquisas nas fontes seguras e poder analisar as informações, mas acima de tudo compreender a importância deste estudo para a realização do projeto integrado.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021200050	Gabriel Minassian Moreira Quadra
1012021200386	Fernanda M. Gonçalves Silva
1012021200199	Thrinna Maria G. de Lima
1012021200252	Tiago Cristensen Simendes

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CURSO: Administração
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof. Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Thrinna Maria G. de Lima
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º Semestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Buscar entender o planejamento estratégico e suas relevâncias, execução e controle das atividades, seja qual for o seu porte, onde foi abordado diversos processos: Gestão empreendedora: Missão, visão e valores: Estratégia empresarial e Pensamentos estratégicos.
Desafio: Entendimento do assunto de forma aprofundada e análise dos elementos influenciadores da empresa criada.
Cronograma das Ações: Definição da empresa criada, divisão dos temas desenvolvidos por cada estudante e desenvolvimento parcial do trabalho por cada integrante.
Síntese das Ações: Fizemos encontros remotos e também fizemos buscas de informações para a criação da nova empresa utilizada na elaboração do PI
<p>i. Aspectos positivos</p> <p>A possibilidade de expor conhecimentos e aprofundar conceitos críticos estudados nas unidades com a finalidade de proporcionar uma análise sobre o planejamento.</p>
<p>j. Dificuldades encontradas</p> <p>Dificuldades na escrita e no entendimento de elementos alicerçantes, por exemplo: juntar as informações pesquisadas com os temas propostos.</p>
<p>k. Resultados atingidos</p> <p>Elaborar a análise acerca do planejamento estratégico bem como a criação de uma nova empresa..</p>

1. Sugestões / Outras observações

Fazer um estudo do tema requer disciplina, foco e organização para fazer as pesquisas nas fontes seguras e poder analisar as informações, mas acima de tudo compreender a importância deste estudo para a realização do projeto integrado.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021200050	Gabriel Minassian Moreira Quadra
1012021200386	Fernanda M. Gonçalves Silva
1012021200199	Thrinna Maria G. de Lima
1012021200252	Tiago Cristensen Simendes

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CURSO: Administração
MÓDULO: Planejamento Estratégico
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof. Danilo Morais Doval
ESTUDANTE: Tiago Cristensen Simendes
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º Semestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Buscar entender o planejamento estratégico e suas relevâncias, execução e controle das atividades, seja qual for o seu porte, onde foi abordado diversos processos: Gestão empreendedora: Missão, visão e valores: Estratégia empresarial e Pensamentos estratégicos.
Desafio: Entendimento do assunto de forma aprofundada e análise dos elementos influenciadores da empresa criada.
Cronograma das Ações: Definição da empresa criada, divisão dos temas desenvolvidos por cada estudante e desenvolvimento parcial do trabalho por cada integrante.
Síntese das Ações: Fizemos encontros remotos e também fizemos buscas de informações para a criação da nova empresa utilizada na elaboração do PI
<p>m. Aspectos positivos</p> <p>A possibilidade de expor conhecimentos e aprofundar conceitos críticos estudados nas unidades com a finalidade de proporcionar uma análise sobre o planejamento.</p>
<p>n. Dificuldades encontradas</p> <p>Dificuldades na escrita e no entendimento de elementos alicerçantes, por exemplo: juntar as informações pesquisadas com os temas propostos.</p>
<p>o. Resultados atingidos</p> <p>Elaborar a análise acerca do planejamento estratégico bem como a criação de uma nova empresa..</p>

p. Sugestões / Outras observações

Fazer um estudo do tema requer disciplina, foco e organização para fazer as pesquisas nas fontes seguras e poder analisar as informações, mas acima de tudo compreender a importância deste estudo para a realização do projeto integrado.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021200050	Gabriel Minassian Moreira Quadra
1012021200386	Fernanda M. Gonçalves Silva
1012021200199	Thrinna Maria G. de Lima
1012021200252	Tiago Cristensen Simendes