



Prêmio
Educação Profissional:
Inovação e Qualidade
2016

Prêmio Educação Profissional: Inovação e Qualidade 2016 © Senac RJ, 2016

Sistema Fecomércio RJ

Senac RJ

Presidência do Conselho Regional: Orlando Diniz

Diretor Regional do Senac RJ: Marcelo José Salles de Almeida

Diretoria de Marketing e Produtos: Paschoal Mitini Simões Júnior

Diretoria de Educação: Maria de Lourdes Luz

Gerência de Desenvolvimento Metodológico: André Luis Santos

Organização e Validação Técnica: Deise Cléia Montanarin
Aline Massa Souto
Lázaro Santos

Conteúdo: Instrutores indicados nos Projetos Integradores

Gerência de Mídias Educacionais: Luciana Maranhão

Coordenação de Produção: Bhyanca Bezerra

Projeto Gráfico e Diagramação: Mônica Vaz

As imagens de uso contratualmente licenciado, aqui inseridas, pertencem à G & S Imagens do Brasil Ltda. e são utilizadas para fins meramente ilustrativos, o que se aplica, inclusive, a todos os exemplos, modelos e/ou indivíduos constantes deste material.

Edição: Novembro/2016

APRESENTAÇÃO

Como instituição reconhecidamente relevante no cenário da educação profissional fluminense desde 1946, o Senac RJ ajuda a transformar a vida das pessoas e oferece uma grande variedade de cursos elaborados de acordo com as exigências do mercado. Um mercado de trabalho competitivo e em constante mudança, que exige profissionais capacitados para responder com soluções inovadoras aos desafios inerentes ao processo de trabalho. Nesta perspectiva o Senac RJ analisa tendências, antecipa-se com foco em projetos consistentes a fim de apoiar o crescimento das pessoas e organizações.

O Senac RJ utiliza uma metodologia de vanguarda, comprometida com o desenvolvimento de competências, em que o estudante é o protagonista de seu processo de aprendizagem e onde se destaca a prática profissional fundamentada no lema: **aprender fazendo**.

Um aspecto relevante nesta opção metodológica é o trabalho por projetos e ações integradoras, que permite aos estudantes uma prática profissional real que os estimula a mobilizar os seus saberes e experiências num dado contexto. Ao longo do percurso os estudantes são desafiados a elaborar novos procedimentos e reestruturar os conhecimentos enquanto pesquisam, realizam atividades, debatem, tomam decisões e trabalham em equipe, são também instigados a promover um constante reaprender objetivando a constituição das competências profissionais previstas no curso.

Esta publicação consolida parcialmente os projetos desenvolvidos de Julho de 2015 a Junho de 2016 com a mediação e acompanhamento fundamentais dos instrutores Senac RJ.

M. Lourdes Luz
Diretora de Educação
Sistema Fecomércio RJ
Sesc Senac

PRÊMIO EDUCAÇÃO PROFISSIONAL: INOVAÇÃO E QUALIDADE – O QUE É?

O Prêmio **EDUCAÇÃO PROFISSIONAL: INOVAÇÃO E QUALIDADE**, que teve sua primeira edição em 2012, é uma iniciativa do SENAC RJ com o objetivo de identificar, reconhecer, estimular e premiar Instrutores que orientam **Projetos Integradores** dos cursos onde atuam e que tenham contribuído para solucionar problemas e desafios de empresas da sua área de atuação.

O que é projeto integrador?

Ao **aplicar** seus conhecimentos, valores e habilidades para enfrentar desafios e resolver problemas intrínsecos à prática profissional, o estudante constitui as **competências** que lhe permitirão ingressar e permanecer com sucesso na vida produtiva.

O projeto integrador é um componente curricular especialmente desenhado para permitir que o estudante aplique o que está aprendendo. Ele apresenta desafios que provocam no estudante um certo grau de desequilíbrio, estimulando-o a raciocinar, a encontrar respostas inteligentes para solucionar problemas diretamente relacionados à realidade do mercado de trabalho. Com isso, prepara-o para atuar profissionalmente com desembaraço, autonomia e produtividade.

Nesse fazer profissional, o projeto integra todos os componentes do currículo do curso, otimizando o processo de aprendizagem. Daí o caráter de **projeto integrador**.

A 4ª edição do Prêmio

Na quarta edição realizada em 2016, concorrem instrutores que no período de Julho de 2015 e Junho de 2016 orientaram projetos em cursos das seguintes categorias:

- Programas de Aprendizagem
- Cursos de Qualificação Profissional
- Cursos Técnicos de Nível Médio
- Cursos de Graduação Tecnológica
- Cursos de Pós Graduação

Os critérios para análise e julgamento dos Projetos são:

- **Aderência à proposta do Projeto Integrador do curso:** o problema, objeto do Projeto Integrador, deve ser compatível com a proposta prevista no PPC do Curso.
- **Solução ou produto novo/inovador:** muitos projetos envolvem desafios ou problemas já existentes. Os participantes que submeteram o projeto devem demonstrar que a forma de solucionar o problema é nova ou inovadora.
- **Problema ou desafio real:** o problema ou desafio deve estar diretamente relacionado ao contexto profissional e responder a uma demanda real de mercado.
- **Solução ou produto aplicável:** o projeto deve ter como objeto um problema específico de empresas do setor de Comércio de Bens, Serviços e Turismo e o seu resultado ou solução/produto deve ser viável e aplicável.
- **Ser mensurável:** os resultados de cada Projeto devem ser mensuráveis, com indicadores definidos e apresentados no formulário de inscrição.

Os projetos foram analisados por uma comissão avaliadora, considerando os critérios acima descritos, e os primeiros classificados foram para votação aberta em um hotsite. A votação resultante deste hotsite tornou-se um novo critério com um peso de 20% na votação final. A cerimônia de entrega dos prêmios deve acontecer no dia 13 de dezembro, no **Theatro Sesc Ginástico**.

PROJETOS DA FACULDADE SENAC RIO



1. CULTURA COMUNICAÇÃO E IDIOMAS **8**

- 1.1. Nova Identidade Visual da Marca O'Surf e Manual de Aplicação 9
- 1.2. Nova Identidade da Marca e Manual de Aplicação ONG AMAR 10
- 1.3. L2P Embalagens e PDV DIETABISTRÔ 11
- 1.4. L2P Embalagens e PDV Sorvetes Auguri 12
- 1.5. Campanha de Crossmedia para Lançamento do Jogo para Computador "Sword Legacy Omen" 13



2. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO **14**

- 2.1. Cardápio Digital 15
- 2.2. Handschool 16
- 2.3. Portal do Aluno 17
- 2.4. Infinity Zen: Aplicativo de Autoajuda para Portadores do Transtorno do Pânico 18
- 2.5. Klop 19
- 2.6. Plataforma de Ensino de TI para Surdos 20



3. NEGÓCIO BASE **21**

- 3.1. Proposta de Modelo de Avaliação de Fornecedores para o CTENS/RJ 22
- 3.2. Reestruturação da Gestão e Operacionalização da Armazenagem da Empresa Nit's Clean 23
- 3.3. Gerenciamento dos Processos de Gestão de Frota e Controle de Qualidade na Operação Interna da Empresa Transportes Barra LTDA. 24



4. TURISMO E HOTELARIA

25

- | | |
|---|----|
| 4.1. Tecnologia na Hotelaria – Conectado com a Excelência | 26 |
| 4.2. Etiqueta Cultural – Visitando os Costumes do Mundo | 27 |
| 4.3. Itaipu Sustentável | 28 |
| 4.4. Hostel: Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem | 29 |

CULTURA COMUNICAÇÃO E IDIOMAS



1.1. NOVA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA O'SURF E MANUAL DE APLICAÇÃO

A turma 2016.1 de Design Gráfico desenvolveu uma Identidade de marca e o respectivo Manual de Aplicação da Identidade para uma ONG. Levando em conta a importância da identidade visual para o sucesso de um empreendimento, os alunos fizeram o *redesign* da marca do cliente e a apresentaram por meio de um manual de identidade visual. A ideia de trabalhar com o 3º setor vai de encontro à missão do Senac e aos propósitos da Graduação Tecnológica em Design Gráfico já que o setor carece de investimentos em *design* tendo, antes, outras necessidades mais urgentes.

Várias etapas foram desenvolvidas, iniciando com uma pesquisa sobre o cliente, a área de atuação, os meios de divulgação disponíveis, assim como a concorrência que enfrenta. Em seguida, os alunos receberam a visita do cliente, e foram a campo para entrar em contato com a realidade de fato. Depois foi possível passar pelas etapas de conceituação, criação e elaboração de um detalhado manual de identidade visual corporativa, cujo objetivo é indicar o correto uso da marca e também para antever como ficarão uma série de aplicações da marca, entre eles: os artigos de papelaria e uniformes. Ao final foi feita uma apresentação ao cliente.

O projeto foi desenvolvido por grupos e foi um trabalho prático que correspondia às expectativas do mercado, principalmente pelo crescente número de pequenas empresas e profissionais liberais que buscam identidade que os qualifique e diferencie da concorrência. No caso de ONG, o Material é muito necessário para que possam receber patrocínios para seus projetos. O módulo 1 de Design Gráfico tem por tradição trazer aos alunos uma ONG, que necessite do trabalho do *redesign* de uma marca. A opção por ONGs, por seu viés social, visou sensibilizar o aluno a perceber a relevância de seu trabalho para a sociedade.

O Projeto foi avaliado como um sucesso, inclusive no seu bom desenvolvimento devido ao esforço de todos envolvidos, entre eles alunos, professores e o grande apoio da ONG. O resultado final do manual foi satisfatório, pois o projeto foi concluído no prazo estipulado, correspondendo às expectativas do projeto integrador. Os alunos tinham também o desafio de criar produtos específicos para o ambiente dos surfistas. Pensando nisso, pesquisaram os objetos e as necessidades deste público. Todos os contratempos foram resolvidos, e as tarefas divididas de modo que todos pudessem participar, resultando em ótimo trabalho em equipe.

1.1. Nova Identidade Visual da Marca O'Surf e Manual de Aplicação

Curso:

Graduação Tecnológica em Design Gráfico

Orientador:

Andréa Franco Aminger e Gisela Pinheiro Monteiro

Alunos participantes:

Elisângela Mariano Braga, Michel Rocha Arruda da Oliveira e Camila Mendes Padilha

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



1.2. Nova Identidade da Marca e Manual de Aplicação ONG AMAR

Curso:

Graduação Tecnológica em Design Gráfico

Orientador:

Andréa Franco Aminger e Gisela Pinheiro Monteiro

Alunos participantes:

Calebe Oliveira, Pablo Gabriel e Raquel Maia

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



1.2. NOVA IDENTIDADE DA MARCA E MANUAL DE APLICAÇÃO ONG AMAR

A solução proposta foi a criação da marca e suas aplicações para a ONG AMAR. Para tanto, foi desenvolvida uma Identidade de marca e o respectivo Manual de Aplicação em que foram apresentadas as partes que compõem a imagem desta marca, assim como as normas para uso e aplicação ao sistema de Identidade completo. Para a realização deste projeto integrador, várias etapas foram cumpridas, tendo como suporte as demais disciplinas do módulo 1 e o seu sucesso do manual só foi possível em função da cooperação e integração das Unidades Curriculares do semestre.

Para a execução deste projeto, várias etapas foram desenvolvidas, entre elas uma pesquisa sobre o cliente, a área de atuação, os meios de divulgação que dispõe, assim como a concorrência que enfrenta. Feito isso, foi possível passar pelas etapas de conceituação, criação e elaboração de um detalhado manual de identidade visual corporativa, cujo objetivo é indicar o correto uso da marca e também antever como ficarão uma série de aplicações dela. Para o encerramento, foi feita uma apresentação final ao cliente, com defesa realizada no auditório da Faculdade Senac Rio.

O módulo 1 de design gráfico tem por tradição trazer aos alunos uma ONG que necessite do trabalho do *redesign* de uma marca. O terceiro setor carece de investimentos em Design deixando sempre em segunda mão as necessidades de marca e suas aplicações, nas quais entram criação e marca até material de propaganda. Existem no mercado muitas ONGs com essa carência, sendo assim, a replicação deste projeto se torna bem fácil. O projeto foi desenvolvido por grupos de até três pessoas, tendo sido um trabalho prático que correspondia às expectativas do mercado.

O resultado final do manual foi satisfatório, pois o projeto foi concluído no prazo estipulado, correspondendo às expectativas do Projeto Integrador. Os alunos tinham também o desafio de criar produtos específicos para o ambiente dos menores atendidos pela ONG Amar, que pudessem ser viabilizados com uma verba pequena. O sucesso desse Projeto e o seu bom desenvolvimento, ocorreu devido ao esforço de todos envolvidos e ao grande apoio da ONG. Todos os contratempos foram resolvidos pela turma e as tarefas divididas e alternadas entre os integrantes para que todos pudessem participar, resultando em ótimo trabalho em equipe.

1.3. L2P EMBALAGENS E PDV DIETABISTRÔ

A solução apresentada foi o Desenvolvimento de Embalagens de Comidas Frescas e Congeladas e Materiais de Comunicação para a Promoção do Produto no Ponto de Venda. A Dieta Bistrô é uma empresa que produz e comercializa alimentos frescos e congelados, realizando entregas delivery com vendas prioritariamente no meio online, na cidade de São Paulo. O projeto objetivava, de forma criativa e diferenciada, criar as embalagens de bandejas para o ponto de venda, embalagens de viagem e materiais promocionais de ponto de venda para a divulgação da marca e seus produtos no varejo tradicional.

O projeto teve início com o *briefing* em sala de aula, pesquisa sobre concorrentes e *benchmarking*, análise do mercado, desenvolvimento de técnicas criativas com a criação de *Mood Board* da Marca, estabelecimento de posicionamento da marca, visitas técnicas a pontos de venda, pesquisa online com os consumidores, visita a gráficas para pesquisa e confecção dos materiais impressos e, finalmente, montagem dos materiais e, posteriormente, apresentação final ao cliente, com defesa realizada no auditório da Faculdade Senac Rio Santa Luzia. O projeto contou com a presença do cliente em todas as etapas.

O projeto foi desenvolvido por diferentes grupos, que apresentaram soluções criativas e ousadas para o problema/desafio do cliente. As embalagens criadas poderão ser produzidas e replicadas em qualquer mercado. O mesmo pode ser dito das peças promocionais para o ponto de venda, que foram idealizados atendendo a critérios como funcionalidade, estética, espaço, custo e posicionamento de marca. Vários grupos inovaram não somente nas questões gráficas (visuais) como também de usabilidade, ergonomia, custo e utilização de materiais, reforçando o caráter diferenciado e sofisticado da marca, voltada para um público classe A/B.

O projeto foi um grande sucesso, tendo sido citado na Revista “Pequenas Empresas, Grandes Negócios”, na qual o cliente mencionou o projeto e o trabalho de qualidade dos alunos. No dia da apresentação, o cliente ficou tão impressionado e surpreso que fez questão de parabenizar os esforços de todos os alunos, ressaltando que os trabalhos tinham caráter profissional e que poderiam ser apresentados até fora do país. Há alunos já trabalhando como *freelancer* com o cliente, desenvolvendo outras embalagens e projetos para a marca *Dietabistrô*, uma empresa paulista que está sendo atendida, agora, por ex-alunos designers cariocas.

1.3. L2P Embalagens e PDV DIETABISTRÔ

Curso:

Graduação Tecnológica em Design Gráfico

Orientador:

João Carlos Soares da Silva

Alunos participantes:

Arthur Felipe Ornellas Aires,
Rodrigo Almada de Souza e João Henrique Freitas do Prado

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



1.4. L2P Embalagens e PDV Sorvetes Auguri

Curso:

Graduação Tecnológica em Design Gráfico

Orientador:

João Carlos Soares da Silva

Alunos participantes:

Melquizedeque de Mendonça Moreira, Maria Letícia Vedovatti e Luiziana dos Santos Maia

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



1.4. L2P EMBALAGENS E PDV SORVETES AUGURI

A solução apresentada foi o Desenvolvimento de Embalagens de Sorvetes, Picolés, Freezers e Materiais de Comunicação para a Promoção do Produto no Ponto de Venda. A **Sorvetes Auguri** é uma empresa com 17 anos de mercado, que fabrica e comercializa sorvetes e picolés, possuindo uma fábrica própria em Benfica/RJ e distribuição de seus produtos na rede de lojas **Hortifruti** e **Rede Qualy**. Seus diretores desejavam fazer um *redesign* de suas embalagens de potes de sorvete, além dos picolés, freezers e outras propostas de peças e materiais. Solicitaram então um projeto de comunicação visual voltado para o ponto de venda.

O projeto foi iniciado com o *briefing*, pesquisa sobre concorrentes e *benchmarking*, análise do mercado, desenvolvimento de técnicas criativas, com a criação de *Mood Board* da Marca, estabelecimento de posicionamento da marca, visitas técnicas a pontos de venda, pesquisa online com os consumidores, visita a gráficas para pesquisa e confecção dos materiais impressos e, finalmente, montagem dos materiais para a apresentação ao cliente. Os alunos participaram ativamente, empenhando-se ao máximo para ter seu projeto escolhido pelo cliente, já que uma das propostas seria aprovada e implementado pela **Sorvetes Auguri**.

O projeto foi desenvolvido por diferentes grupos, que apresentaram soluções criativas e ousadas para o problema/desafio do cliente. As embalagens criadas poderão ser produzidas e replicadas em qualquer mercado. O mesmo pode ser dito das peças promocionais para o ponto de venda. Vários grupos inovaram não somente nas questões gráficas (visuais) como também de usabilidade, custo e utilização de materiais, reforçando o caráter diferenciado e sofisticado da marca, voltada para um público classe A/B, sobretudo frequentadores das Rede **Hortifruti**/Rio de Janeiro.

O projeto foi extremamente bem avaliado pelo cliente, que se emocionou ao agradecer o comprometimento, criatividade e profissionalismo dos alunos, dizendo que todos poderiam ser escolhidos para trabalhar com a marca. Ele obteve várias opções de soluções para o seu problema, com defesas bem construídas, análises de mercado e de concorrência, conceituação, posicionamento, montagem de *mock ups* e peças promocionais. O cliente ficou tão impressionado e satisfeito que fez questão de parabenizar os esforços, enfatizando que os trabalhos eram totalmente profissionais e que todos estavam preparados para o mercado.

1.5. CAMPANHA DE CROSSMEDIA PARA LANÇAMENTO DO JOGO PARA COMPUTADOR “SWORD LEGACY OMEN”

O cliente em questão desenvolveu um jogo para computadores chamado “*Sword Legacy Omen*”, baseado na lendária história de Rei Arthur, com lançamento previsto para 2016. O desafio apresentado foi desenvolver uma campanha integrada para divulgar o jogo, a ser usada no lançamento e em outros eventos que irão participar. Os alunos propuseram uma série de peças, para diferentes mídias. Criaram cartazes, *folders* explicativos, brindes, *site*, *artbook* e revista e fizeram vídeo de divulgação com todas as peças de forma integrada, com qualidade profissional e foco no público-alvo do jogo.

A partir de diversos exemplos e da conceituação de grandes campanhas *crossmedia*, os alunos desenvolveram um briefing para conhecer as expectativas do cliente e o público-alvo do jogo. Estudaram a jogabilidade e os gráficos e imagens usadas. Conceituaram a campanha de acordo com toda a pesquisa inicial, criando um conceito base para desenvolver as peças de forma integrada. Alinharam os prazos e os custos para executar a campanha. Desenvolveram todas as peças e produziram todo o material e uma apresentação impecável e surpreendente, envolvendo o cliente e a todos que assistiam.

Campanhas para divulgação de empresas, de produtos, de marcas, em geral são requisitadas a todo momento e por todo tipo de cliente. A metodologia utilizada poderá ser replicada para as mais diversas necessidades. Os alunos, ao desenvolverem todas as estratégias da campanha e suas peças, baseados nas necessidades do cliente e do público-alvo, não só estão ampliando seu conhecimento, como também estão entrando para o mercado e desenvolvendo um rico portfólio. Mas somente os designers que se aprofundarem nas necessidades dos clientes e de seus consumidores irão executar a campanha com sucesso e qualidade.

O projeto foi um sucesso. Além do tema ser extremamente atrativo para os alunos, interessados em jogos, rpg, videogame, lendas e histórias, foi muito desafiador pela quantidade de entregas e qualidade exigida. O desafio maior foi manter a unidade do conceito criado. Tudo foi feito com qualidade profissional, preciosismo e cuidado, dando atenção a cada demanda do briefing passado. Os alunos selecionados estão desenvolvendo peças que hoje são usadas na divulgação do jogo, em feiras e eventos. Sem dúvida sairão do Senac prontos para o mercado e com uma experiência completa de desenvolvimento de campanha *crossmedia*.

1.5. Campanha de Crossmedia para Lançamento do Jogo para Computador “Sword Legacy Omen”

Curso:

Graduação Tecnológica em Design Gráfico

Orientador:

Gabriela Silveira Barbosa

Alunos participantes:

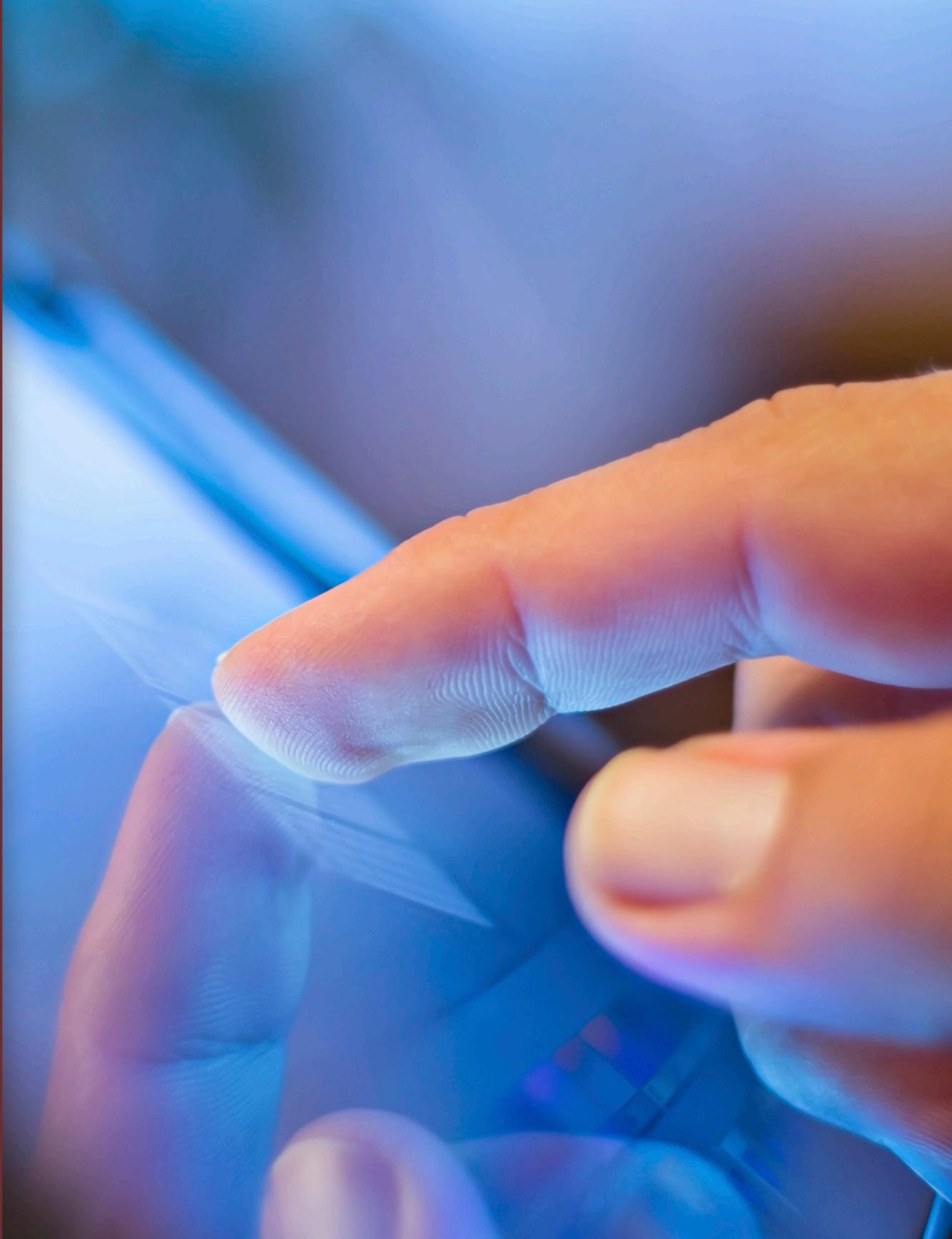
Carlos G Paula, Natalia Velloso e Luiz Feliipe Pires

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



2.1. CARDÁPIO DIGITAL

O Aplicativo Web e Mobile foi proposto para associar localização a restaurantes próximos, ofertas, cardápios, etc. com portal de administração. Não raro as pessoas saem do trabalho e querem almoçar em um bom restaurante, sem repetir locais ou ir a um local mais barato e que esteja com promoções, um *App* inteligente seria de grande valia. Para o dono do local, seria interessante coletar os dados dos usuários visando a melhor experiência possível, oferecendo preços, promoções e cardápios para o perfil de cada usuário. O “CARDÁPIO DIGITAL” se propõe a resolver estes desafios, através de uma experiência muito mais ativa e inteligente.

A evolução cronológica do projeto ocorreu da seguinte maneira:

1. Ideação do projeto em sala;
2. Pesquisa de campo para entrevistar usuários na rua, perguntando quais os problemas relacionados ao negócio os mesmos gostariam que fossem resolvidos, assim como quais os pontos mais importantes e outras questões relativas ao projeto do aplicativo;
3. Levantamento bibliográfico complementar da arquitetura escolhida para implementação;
4. Implementação na nuvem e testes de desenvolvimento;
5. Testes e validação com usuários/restaurantes reais;
6. Apresentação do Projeto para a banca avaliadora.

O projeto já está implantado para produção, basta apenas a empresa solicitar o cadastro junto aos desenvolvedores para que possa gerenciar os dados do seu restaurante como inserção de cardápios, preços, localização, promoções, etc.

O projeto tem grande viabilidade de sucesso como *startup*, tendo sido construído com tecnologia de ponta, suportando grande quantidade de usuários e clientes, tendo sido implantado na nuvem e já estando em pleno funcionamento. Pode ser acessado a qualquer momento, através do endereço: <http://cardapio-websenac.rhcloud.com>.

2.1. Cardápio Digital

Curso:

Especialização em Engenharia de Software com Java Enterprise Edition

Orientador:

Clayton Escouper das Chagas

Alunos participantes:

Daniel Garcia, Ricardo Medeiros, Rodrigo Millem e Guilherme Araujo

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.2. Handschool

Curso:

Especialização em Engenharia de Software com Java Enterprise Edition

Orientador:

Clayton Escouper das Chagas

Alunos participantes:

Farmy Silva, Márcio Marques, Renan Conceição e Renato Marques

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.2. HANDSCHOOL

O Projeto Integrador da “Plataforma de Integração de Informações Educacionais Handschool (Web e Mobile)” surgiu de uma demanda real dos cursos do Senac, tendo como base requisitos dos cursos técnico, cursos de graduação tecnológica e cursos de pós-graduação, uma vez que não possuem nenhuma plataforma de acesso integrada para o docente realizar o lançamento de suas atividades como notas, presença, marcação de provas e atividades, recados, fórum, chat em tempo real, lançamento de avisos em tempo real e o respectivo acompanhamento online por parte do aluno.

A evolução cronológica do projeto ocorreu da seguinte maneira:

1. Ideação do projeto em sala;
2. Pesquisa de campo para entrevistar usuários no Senac, perguntando quais os problemas relacionados ao negócio que os mesmos gostariam que fossem resolvidos, quais os pontos mais importantes e outras questões relativas ao projeto da plataforma;
3. Levantamento bibliográfico complementar da arquitetura escolhida para implementação;
4. Implementação e testes de desenvolvimento;
5. Testes e validação com usuários reais.
6. Apresentação do Projeto para a banca avaliadora.

O projeto está pronto para ser facilmente customizado segundo a identidade visual do cliente (através de folhas de estilo CSS) e implantado em servidor privado ou na nuvem. O projeto é uma inovação no escopo inicial que foi planejado, que é sua aplicação no Senac, uma vez que não possui recurso similar e além disso pode ser utilizado por qualquer tipo de escola, seja ela escola primária, secundária ou Instituição de Ensino Superior.

O projeto tem grande potencial para ser implantado e utilizado no Senac, uma vez que o acesso online de tais informações foi alvo de várias reclamações por parte dos alunos, que quando precisam de alguma informação acadêmica precisa recorrer à secretaria.

2.3. PORTAL DO ALUNO

O Projeto Integrador da “Plataforma de Sincronização de Informações Educacionais Portal do Aluno (Web e Mobile)” surgiu de uma demanda real dos cursos do Senac por um centralizador de informações educacionais, com uma peculiaridade que fez subir o nível de complexidade do referido sistema: além das funções tradicionais de um “portal de aluno padrão”, este portal desenvolvido não necessita da inserção dos dados base no sistema, uma vez que eles no Senac já estão lançados em vários sistemas, como, por exemplo, o SGA. Assim, o time desenvolveu um sofisticado mecanismo de sincronismo escalável, utilizando Arquitetura Orientada a Serviços, *Restfull* e *Quartz*, de forma que qualquer atualização realizada nos sistemas legados (SGA, Datasul, etc), é refletido no portal em poucos segundos, independente do volume da carga, uma vez que o sistema de sincronismo pode ser escalado.

A evolução cronológica do projeto ocorreu da seguinte maneira:

1. Ideação do projeto em sala;
2. Pesquisa de campo para entrevistar usuários no Senac, perguntando quais os problemas relacionados ao negócio que os mesmos gostariam que fossem resolvidos, bem como quais os pontos mais importantes e outras questões relativas ao projeto da plataforma;
3. Levantamento bibliográfico complementar da arquitetura escolhida para implementação;
4. Implementação e testes de desenvolvimento;
5. Testes e validação com usuários reais.
6. Apresentação do Projeto para a banca avaliadora.

O projeto está pronto para ser replicado no Senac, tendo a dificuldade de precisar de uma fase aprofundada de análise de dados e sistemas legados, caso ele seja implantado em outro local. OBS: sincronismo de sistemas legados são naturalmente considerados processos de alta complexidade, no caso do Portal do Aluno, o mesmo já está configurado para trabalhar com o SGA e o Datasul.

O projeto tem grande potencial de ser implantado e utilizado no Senac, uma vez que o mesmo já foi desenvolvido com requisitos funcionais do SGA, Datasul e outras peculiaridades dos sistemas legados do Senac.

2.3. Portal do Aluno

Curso:

Especialização em Engenharia de Software com Java Enterprise Edition

Orientador:

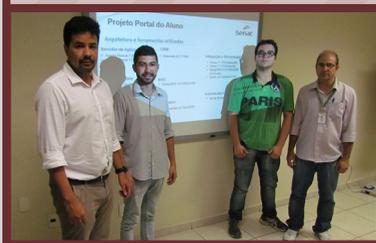
Clayton Escouper das Chagas

Alunos participantes:

Paulo Mello, José Valadão, Elias Mateus e Leonardo Moreira

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.4. Infinity Zen: Aplicativo de Autoajuda para Portadores do Transtorno do Pânico

Curso:

Pós-graduação em Design de Interação

Orientador:

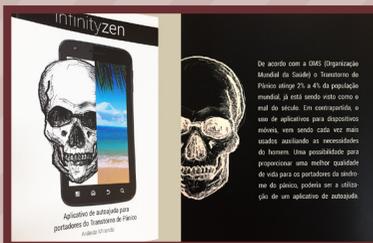
Sílvia Helena de Carvalho Schneider

Alunos participantes:

Anileda Miranda

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.4. INFINITY ZEN: APLICATIVO DE AUTOAJUDA PARA PORTADORES DO TRANSTORNO DO PÂNICO

A ideia do aplicativo Infinity Zen surgiu para auxiliar no controle e promover um bem estar no momento da crise de pânico. O App poderá ser usado diariamente, como autoajuda ou na manutenção de uma crise; amenizando e evitando o seu aparecimento. As principais características do produto são: aumentar a autoestima e direcionar pensamentos positivos (através de fotos, sons, mensagens e vídeos) para o usuário; monitorar as crises através de cronômetro, histórico e gráfico mensal; tirar o foco da crise usando a interação dos sentidos (fala, audição, tato e visão); fazer contato e enviar a localização do usuário, através da ligação de emergência, proporcionando segurança e demais orientações, informações, esclarecimento e dicas gerais sobre o assunto a fim de amenizar o preconceito através de medicamentos, técnicas e terapias, grupos de autoajuda, alimentação, saúde, exercícios físicos e tipos de respirações.

A construção deste projeto teve início na primeira Unidade Curricular realizada entre julho e agosto de 2015, utilizando o Project Model Canvas; metodologia de planejamento de projeto inspirada em conceitos de neurociência e Design Thinking. O plano de projeto do aplicativo *Infinity Zen* considerava o Protótipo do Aplicativo no sistema operacional Android e foi desenvolvido dentro do cronograma de 15 meses do curso. Ao longo destes meses foram realizadas pesquisas de referências, definição do perfil do usuário, desenho de telas com imagens positivas e frases de autoajuda que representem a ligação emocional do usuário com o objeto. Passou depois pela organização do conteúdo de informações finalizando com um estudo preliminar das possibilidades futuras e a entrega de Memorial Descritivo.

Finalizado o projeto, passou-se para o protótipo que está entrando na fase de desenvolvimento final da parte da programação do sistema operacional para funcionamento nas plataformas IOS e Android. Desta forma, abrangerá todos os tipos de smartphones existentes no mercado atual. Conseguiu-se um patrocínio financeiro para a sua implementação, justamente pelo fato do produto em questão ser inédito no Brasil, existem apenas alguns aplicativos semelhantes em inglês. Em breve o *App Infinityzen* será definitivamente implementado e a parte de divulgação será mais intensa.

Os resultados esperados para o projeto iniciaram logo após o término das aulas. Foi realizada uma entrevista na rádio Roquete Pinto sobre o projeto, o aplicativo fez parte de uma reportagem no Jornal da Band sobre o uso abusivo de remédios anti-depressivos e uma publicação de artigo "Avaliação Cooperativa para identificar interação de aplicativo mobile no controle de crises de pânico: modelo mental e expectativas de usuários"; apresentado no Congresso: P&D 2016 – 12º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em *Design* (04 à 07 de outubro de 2016, em Belo Horizonte, Minas Gerais). Com esses reais indicadores, têm-se a certeza que este aluno possui um diferencial profissional e está preparado para o mercado de trabalho na área como especialista de design de interação.

2.5. KLOP

Por que é preciso carregar tanto papel para poder viajar de avião? Como ter uma boa experiência de viagem, se antes mesmo dela acontecer os problemas já estão acontecendo no processo de compra? Baseado nessa hipótese, o projeto Klop foi desenvolvido buscando ser simples, intuitivo e bonito; um site que utilizasse a tecnologia à favor do usuário, possibilitando a experiência de poder viajar sem precisar carregar papel. Além das funcionalidades básicas de consultar e marcar voos, o site deveria apresentar o fluxo de compras, passo a passo, proporcionar o uso consciente do papel, simplificar o processo de compra de passagens aérea, e apresentar informações de forma clara e objetiva. Diferencial: ao escolher seu assento, é possível escolher no sistema as melhores poltronas para *selfies*.

O projeto iniciou com um plano de negócios na Unidade Curricular Gestão Ágil de projetos Interativos, onde o aluno cria o plano de gestão ágil com metodologia específica. Entendendo as possibilidades para a implementação real do seu produto, o aluno inicia o desenvolvimento do projeto: o ponto zero foram as pesquisas de *benchmarking* e opinião de pessoas habituadas a viajar. Durante o curso, nos primeiros meses, a proposta foi apresentada e muito bem aceita nos testes com os usuários. O projeto passou por todas as etapas de desenvolvimento: entrevistas, grupo de foco, avaliação heurística, prototipação, testes e pesquisa de tecnologias viáveis. A parte visual do projeto foi a última etapa a ser produzida.

O projeto apresenta soluções viáveis e de baixo custo de aplicação e manutenção. O impacto do projeto será no cliente, com apresentação de soluções *user friendly*, mesmo para aquele que não está habituado a utilizar sites como este. Projeta-se um aumento no volume de vendas a longo prazo, em decorrência do *marketing* boca-a-boca e da satisfação do cliente. No atual momento o projeto para ser aplicado precisará de um investidor ou mesmo uma empresa interessada em comprar o produto. O principal ponto para o projeto sair do papel é a montagem de uma equipe de desenvolvimento.

Os resultados superaram as expectativas neste projeto, pois o aluno continuou envolvido em sua implementação mesmo após o término das aulas, testando a usabilidade do produto. O grande diferencial foi o engajamento e interesse em produzir algo diferente, tendo em vista a dimensão e os desafios de um sistema interativo centrado no usuário. Com certeza o aluno agregou conhecimentos da área que o tornou mais qualificado para o mercado de trabalho.

2.5. Klop

Curso:

Pós-graduação em Design de Interação

Orientador:

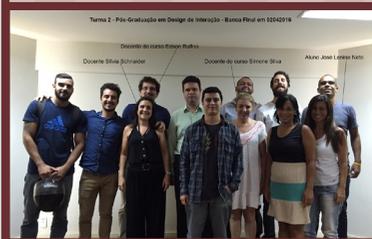
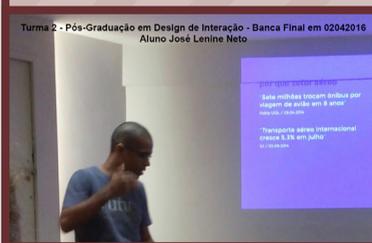
Sílvia Helena de Carvalho Schneider

Alunos participantes:

José Lenine Neto

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.6. Plataforma de Ensino de TI para Surdos

Curso:

Especialização (Pós-graduação Lato Sensu) em Engenharia de Software com Java Enterprise Edition

Orientador:

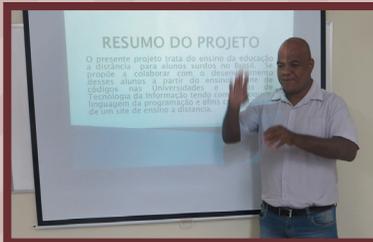
Clayton Escouper das Chagas

Alunos participantes:

Joaquim Amado da Silva Júnior

Unidade Senac:

Faculdade Senac – Santa Luzia



2.6. PLATAFORMA DE ENSINO DE TI PARA SURDOS

Este projeto teve por finalidade, desenvolver uma plataforma de ensino virtual de TI, principalmente de assuntos relativos à programação, para deficientes auditivos, o que por si só já é um desafio. Somado a este, o próprio aluno que desenvolveu o projeto e programou cada linha de código foi um aluno deficiente auditivo que concluiu o curso em 2016. O fato dos clientes da plataforma terem a mesma dificuldade do desenvolvedor do projeto foi uma vantagem do ponto de vista dos requisitos e problemas que poderiam ser encontrados. Este projeto tem a nobre finalidade de inclusão social de pessoas especiais, num mercado com demanda (que é o mercado de TI) e no qual eles teriam grande parcela a contribuir.

Desde o início, o aluno definiu tal tema como desafio a ser desenvolvido por ocasião de seu Projeto Integrador. O Joaquim participou das aulas de projeto que guiaram os alunos a construir o projeto e a implementá-lo, porém, para suplantar as dificuldades encontradas pela captação das informações no mesmo nível dos outros alunos, alguns encontros extras foram necessários, tanto presencialmente quanto via *hangouts*. Os trabalhos foram desenvolvidos no segundo semestre de 2015 e primeiro semestre de 2016 e culminaram com a apresentação da plataforma para o orientador, utilizando bibliotecas modernas de programação em Java como Java Server Faces, JSP e Servlets e servidores de aplicação Tomcat e Wildfly, unindo também programação para embarque de plataformas multimídia no sistema (vídeos).

O projeto está pronto para o piloto ser lançado em qualquer instituição que queira expandir seu sistema de ensino para abranger o público dos surdos, que sempre reclamam da necessidade de terem Ensino a Distância voltado para eles.

O projeto atingiu plenamente seus objetivos e expectativas e tem potencial para ser ampliado, com o devido aporte e auxílio de instituição que se interesse no desenvolvimento.



3.1. Proposta de Modelo de Avaliação de Fornecedores para o CTENS/RJ

Curso:

Graduação Tecnológica em Logística

Orientador:

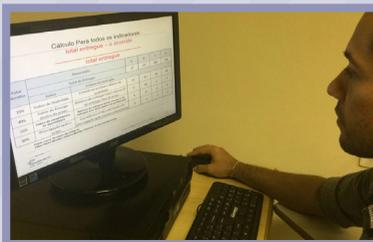
Rodrigo Ventura da Silva

Alunos participantes:

José Martins, Laura Mocellin Pessoa, Matheus Sousa de Moura e Ramon Alexandre de Moura

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



Cálculo Para todos os indicadores:
total entregue – o ocorrido

total entregue

Fator	Indicador	Objetivo de avaliação	A	B	C	D
15%	Índice de Qualidade	Considerar produtos abastecidos de qualidade	27	19	36	45
40%	Índice de Entrega dentro do prazo	Número de entregas totais menos nº de entregas fora do prazo	7	18	3	1
15%	Índice de atendimento às especificações	Número de entregas totais menos nº de entregas com divergências às especificações	4	12	6	5
30%	Previsibilidade de entrega	Considerar o nº de solicitações de entrega após o prazo e o recebimento	4	5	3	3

Fonte: Laura Mocellin em parceria com o Grupo de Trabalho, com o apoio de Rodrigo Ventura da Silva e Ramon Alexandre de Moura.

3. Total do Nível de Serviço
A soma de todos os níveis de serviço de cada indicador

PESO	FATOR FORNECEDOR	A	B	C	D
0,15	ÍNDICE DE QUALIDADE	14,43%	16,75%	16,16%	13,53%
0,40	ÍNDICE DE ENTREGA DENTRO DO PRAZO	27,04%	29,38%	29,56%	29,78%
0,15	ÍNDICE DE ATENDIMENTO ÀS ESPECIFICAÇÕES	20,70%	26,92%	25,11%	28,92%
0,30	PREVISIBILIDADE DE ENTREGA	19,19%	19,15%	19,70%	19,57%
	TOTAL NÍVEL DE SERVIÇO	71,03%	69,06%	74,83%	72,23%

3.1. PROPOSTA DE MODELO DE AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES PARA O CTENS/RJ

Planilha que gera indicadores para gestão e avaliação de fornecedores. A avaliação de fornecedores atualmente ocupa um papel vantajoso e estratégico dentro desse processo, onde o objetivo é aperfeiçoar o atendimento do cliente final. O CTENS, uma empresa de economia mista público-privada, se encontra em todo o país contando com diversas unidades no estado do Rio de Janeiro e oferece cursos de qualificação técnica, graduação, pós-graduação, especialização e programas de qualificação a distância. A organização em estudo, no entanto, não possui um programa de avaliação para medir o nível de serviço de seus fornecedores, dificultando a gestão do processo de compras. Em paralelo a singularidade deste projeto se encontra na dificuldade em concatenar vários critérios de avaliação como: confiabilidade, qualidade, custo, rapidez e flexibilidade, que são pontos cruciais da avaliação e serão alinhados com a necessidade da empresa, alinhando a literatura (teoria) com a prática (planilha), atendendo às necessidades da empresa.

O grupo definiu a temática após uma visita técnica realizada na empresa. A mesma utiliza o programa SIC onde são cadastradas as transações de aquisição e seus fornecedores. Porém, a área não possui um método para avaliação desses fornecedores. O setor enfrenta problemas constantes na entrega do produto ao cliente final, que são as gerências e as unidades do CTENS. Após as visitas, outra problemática foi criar uma planilha no excel que pudesse atender a todas as demandas da área, em sintonia com a aprendizagem de sala de aula.

A planilha é perfeitamente reaplicável a qualquer empresa, sendo necessário somente mudar os critérios de avaliação e os pesos de acordo com a necessidade da organização. A inovação se dá no âmbito de gestão e operação da organização que está inserindo a nova metodologia de gestão e para os alunos no sentido de como introduzir uma ferramenta inovadora para o processo de gestão para a empresa, com vários desafios, dentre eles: Adaptação do grupo a uma demanda real, adequação a prática profissional e treinamento da equipe.

O grupo não só atendeu, como superou em muito às expectativas, por vários fatores de dificuldade, como exemplo: primeiro contato com projeto integrador, atendimento ao cronograma de execução do projeto, uma escrita técnica excelente e certamente se eles precisarem desse conhecimento para implantação em outra organização, eles terão base suficiente para criar mais uma ferramenta que se adequa às necessidades apresentadas.

3.2. REESTRUTURAÇÃO DA GESTÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DA ARMAZENAGEM DA EMPRESA NIT'S CLEAN

A solução proposta para esta turma de Graduação em Logística era criar uma nova política de armazenagem, até mesmo um novo *layout* para a empresa. Para isto foi feito uma parceria com uma empresa atuante no mercado, a Empresa **Nit's Clean**, localizada em Niterói. O projeto dos alunos teve vários focos, levando em consideração: Custo, Gestão de Pessoas e Aproveitamento de área. Esse projeto teve como diferencial a modificação de um plano de cargos e salários para a organização com objetivo em valorizar os colaboradores e suas funções.

A realização do projeto teve início com uma visita técnica à empresa, quando os alunos constataram que a **Nit's Clean** possui uma variedade de produtos armazenados em 2 pisos. Perceberam certa dificuldade com sustentação do segundo piso, limitando assim sua capacidade de carga, gerando certa dificuldade de organização das mercadorias, causados também pela baixa luminosidade e dificuldade de acesso. Conversando com os funcionários perceberam pouca perspectiva em alcançar novos postos dentro da organização. Levaram todos os pontos levantados para sala e, orientados pelo docente, traçaram um plano logístico não só de armazenamento, mas também relacionado a gestão de pessoas.

Todo projeto é sempre individualizado respeitando as características do produto e espaço de armazenamento de cada empresa. Este projeto específico é reaplicável em qualquer empresa que tenha características semelhantes, sabendo que sempre dentro da lógica de armazenamento, turmas diferentes podem apresentar soluções diferentes. Faz parte do curso de Técnico em Logística, fazer a gestão do RH, pensando em plano de cargos e salários. Neste ponto também o estudo é feito caso a caso dependendo das necessidades e disponibilidade de cada empresa.

Com a realização deste projeto, os alunos tiveram oportunidade de buscar todas as informações in loco com total apoio e liberação de espalho e documentos por parte da empresa. Os alunos tiveram a oportunidade de integrar TODAS as Unidades Curriculares do período: Política, Planejamento, Sistemas, RH, Gestão de estoques e Legislação aplicada a logística, resumindo foi um projeto transformado em uma consultoria completa.

3.2. Reestruturação da Gestão e Operacionalização da Armazenagem da Empresa Nit's Clean

Curso:

Graduação Tecnológica em Logística

Orientador:

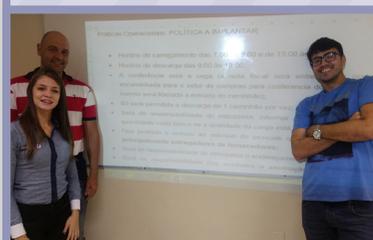
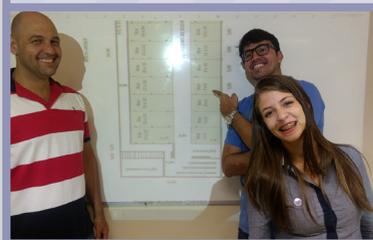
Rodrigo Ventura da Silva

Alunos participantes:

Charles Almeida, Pamela Flavia Rafael Soares Robson Vallim

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



3.3. Gerenciamento dos Processos de Gestão de Frota e Controle de Qualidade na Operação Interna da Empresa Transportes Barra LTDA.

Curso:

Graduação Tecnológica em Logística

Orientador:

Juarez Nuno

Alunos participantes:

Idenilson Gomes dos Santos, Luiz Paulo dos Santos Faria e Renan de Oliveira Santana

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



3.3. GERENCIAMENTO DOS PROCESSOS DE GESTÃO DE FROTA E CONTROLE DE QUALIDADE NA OPERAÇÃO INTERNA DA EMPRESA TRANSPORTES BARRA LTDA.

A falta de uma gestão de qualidade, envolvendo comunicação interna, entre a manutenção e o tráfego, no caso de uma empresa de distribuição, pode gerar uma distribuição ineficaz dos carros, comprometendo de forma extrema a produtividade da operação. A partir desta constatação, os alunos da turma Graduação Tecnológica em Logística elaboraram uma verdadeira consultoria apresentando soluções para todos os pontos detectados durante as visitas realizadas. Visando criar um processo para a empresa, fizeram uso do método KANBAN, método japonês, muito utilizado em empresas de *just in time*, que permite um controle detalhado de produção com informações sobre quando, quanto e o que produzir ou fazer.

O processo todo teve início com a escolha da empresa a quem os alunos com quem os alunos poderiam trabalhar, tendo ao final uma consultoria. Após a primeira visita técnica os alunos levaram para a discussão em sala com os docentes, todos os gargalos identificados no acompanhamento do trabalho desenvolvido na empresa. Em várias reuniões analisaram a melhor maneira de solucionar tais dificuldades, fizeram *benchmarking* com empresas similares a fim de encontrar boas práticas para então adaptar à empresa de transportes e entregar a seus gestores suas sugestões devidamente embasadas.

Este projeto é plenamente replicável principalmente em empresas de transportes rodoviários. Para as empresas envolvidas, este projeto se torna uma inovação, uma vez que independentemente do tipo de operação, a falta de um planejamento inicial e de estabelecimento de um fluxo de informações bem sincronizado, acaba por ocasionar aumento de custos e redução da produtividade, afetando a qualidade dos serviços prestados.

Este projeto atingiu plenamente todos os seus objetivos, não apenas no desenvolvimento de competências dos alunos, mas também o de oferecer uma consultoria real e eficiente para a empresa parceira. Prova disso é o fato da mesma já ter implantado as sugestões e informado que houve uma melhoria na frota, no ambiente de trabalho, redução de custos, aumento da qualidade e da produtividade.



4.1. Tecnologia na Hotelaria – Conectado com a Excelência

Curso:

Graduação Tecnológica em Hotelaria

Orientador:

Cristiane Costa Esteves

Alunos participantes:

Anderson Silva, Antônio Marcos Souza, Carlos Oliveira, Cintia Macedo, Cristiane Marques, Daiana da Silva, Débora da Costa, Djalma da Silva, Fábio Cunha, Fernanda Viana, José Maria Marçal, Luigi Pavone, Luís Felipe Rodrigues, Orlando Machado, Paloma Cuiñas, Paulo Raphael Possas, Renan Luiz de Oliveira, Wellerson Guilherme de Almeida, Vladimir Victor de Souza e Yann Cardozo

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



4.1. TECNOLOGIA NA HOTELARIA – CONECTADO COM A EXCELÊNCIA

Mediante as necessidades atuais do mercado hoteleiro, a turma organizou em 2015.2 o evento: “Tecnologia na Hotelaria” que teve como objetivo informar as novas tendências tecnológicas e a evolução das mesmas ao longo dos anos, para a hotelaria. O tema foi escolhido no início do semestre e realizado no Hotel Novo Mundo. Agregou valor não só para os estudantes que realizaram o evento, como também para os demais dos outros períodos de Hotelaria e também para os alunos de Turismo da Faculdade Senac RJ e seus convidados.

Após a escolha do tema a turma foi dividida em setores. No decorrer do semestre foi elaborado um cronograma de atividades que envolveram todos os setores, com prazos a serem cumpridos. Os estudantes buscaram a captação de recursos; elaboraram a identidade visual e as peças promocionais; sugeriram a programação; conseguiram brindes; decidiram o traje; elaboraram o script; escolheram o cardápio que seria servido e fizeram o orçamento da decoração. Com isso, exercitaram as competências desenvolvidas no curso. Após as fases do planejamento, pré-evento e evento, os estudantes realizaram na aula posterior o pós-evento.

Como foi um trabalho prático voltado para o mercado hoteleiro, realizado através dos palestrantes escolhidos pela turma, seria possível realizar o evento novamente em outro semestre, bem como em outros hotéis, contribuindo, assim, para uma atualização na área. Além disso, o evento pode proporcionar uma ampla experiência para os alunos, fazendo com que os mesmos tenham a possibilidade de serem apresentados a possíveis empregadores.

Mediante as competências propostas no módulo, foi possível avaliar como ótimo o envolvimento dos alunos no planejamento e na coordenação do projeto, onde o principal diferencial foi o verdadeiro espírito de equipe durante todas as fases do evento. Foram aplicadas as normas de etiqueta e cerimonial, o cronograma foi cumprido e a supervisão do serviço de alimentos e bebidas foi impecável. Também foi destacado o fato de que vários alunos despertaram o interesse para o mercado de eventos, alimentos e bebidas, após a realização desse Projeto.

4.2. ETIQUETA CULTURAL – VISITANDO OS COSTUMES DO MUNDO

Conscientes da necessidade de uma postura adequada em relação à diversidade cultural nesta era globalizada, os alunos fizeram disso o tema para o evento que todos devem realizar no segundo semestre do curso de Hotelaria. Durante o processo de escolha, foi identificado que a postura comportamental é tão ou mais importante que o conhecimento técnico e a excelência da qualidade de produtos e serviços. Foi organizado então o evento: “Etiqueta Cultural – Visitando os Costumes do Mundo” que objetivou demonstrar que conhecer a cultura e a etiqueta de outros países é imprescindível para a coreto trabalho do hoteleiro. O tema agregou valor não só à turma que realizou o evento, mas também aos demais alunos dos Cursos de Turismo e Hotelaria da Faculdade Senac, que participaram como convidados do evento.

Na UC em questão os alunos são orientados a realizar o projeto – um evento, desde o planejamento até o pós-evento. Juntos elaboram um cronograma de atividades e então a turma toda é dividida em equipes que trabalham como se fossem de setores de uma empresa de Eventos. Os estudantes buscaram a captação de recursos; elaboraram a identidade visual e as peças promocionais; sugeriram a programação; conseguiram brindes; decidiram o traje; elaboraram o script; escolheram o cardápio e fizeram o orçamento da decoração. Com isso, colocaram em prática as competências desenvolvidas no curso.

Trata-se de um trabalho prático, voltado ao mercado hoteleiro, em que, através dos palestrantes escolhidos pela turma – Sr. George Irmes da Irmes Tour e Sr. César Cabello – Mordomo do Copacabana Palace foi possível agregar valor ao evento, pois são profissionais atentos às inovações tecnológicas do setor. Outras turmas podem realizar seu evento em hotéis distintos, aproximando os alunos da realidade do mercado. O evento pode proporcionar uma ampla experiência e até mesmo oportunidades de emprego, uma vez que ao realizar diversas etapas do projeto interagem com empregadores potencias.

Mediante as competências propostas no módulo, foi possível avaliar como mais que satisfatório o envolvimento dos alunos no planejamento e na ordenação do projeto, onde o principal diferencial foi o verdadeiro espírito de equipe durante todas as fases do evento. Foram aplicadas as normas de etiqueta e cerimonial e o cronograma foi cumprido, além da supervisão do serviço de alimentos e bebidas desta turma, que foi impecável. Após a realização do projeto, vários alunos passaram a ter interesse no mercado de eventos e alimentos e bebidas.

4.2. Etiqueta Cultural – Visitando os Costumes do Mundo

Curso:

Graduação Tecnológica em Hotelaria

Orientador:

Cristiane Costa Esteves

Alunos participantes:

Cristiana Farias Gonçalves, Daniel Soares da Silva, Deborah Pinto Barradas, Gabriela de Almeida Leão, Diogo Peva, Glória Regina Almeida Gonçalves, Jamile Amorim Figuerêdo, José Ricardo Pessoa Teixeira, Lidiane Rodrigues da Cruz, Miguel Eduardo Garcia Arias, Rigmor Andersen da Silva, Rosemeri Conceição de Souza e Tatiana Zoet de Abreu Pinna

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



4.3. Itaipu Sustentável

Curso:

Graduação Tecnológica em Gestão de Turismo

Orientador:

Eliane Monteiro de Almeida

Alunos participantes:

Flavio Quintanilha Donato, Igor Ventura, Juliana Felício Loureiro, Katia Portugal, Michele Carvalho, Natalia Gomes e Vinicius Fajardo

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



4.3. ITAIPU SUSTENTÁVEL

A solução proposta foi a Análise do potencial turístico do Canto de Itaipu, em Niterói. Foram adotadas metodologias capazes de conduzir o processo de análise do potencial turístico seguindo as etapas:

1 - *Design Thinking*.

2 - Canvas: para o estudo de viabilidade foi utilizado o PM – CANVAS – quadro de gerenciamento de projetos. Com o CANVAS foram definidos a justificativa, objetivo, benefícios, produto, requisitos, *stakeholders*, premissas, riscos, restrições, equipes, cronograma e os custos.

3 - Análise Imagética: proposta por Lucrécia Ferrara, onde a imagem é entendida não somente como visual, mas como, “polissensorial, uma representação construída”.

Os alunos trabalharam por 3 meses no levantamento do inventário e no mapeamento das informações locais do canto de Itaipu; pesquisas bibliográficas que foram realizadas em laboratório de informática ao mesmo tempo que o inventário; pesquisas de campo com visitas externas ao canto de Itaipu totalizando 4 meses para o desenvolvimento do projeto, realizado em laboratório de informática utilizando as metodologias: *Design Thinking*, PM – Project Management CANVAS e Análise Imagética (análise dos resultados da pesquisa de campo), elaboração e execução do projeto.

Trata-se de um trabalho inovador no mercado do turismo que utilizou metodologias de gerenciamento de projetos, colaborativas e ágeis, tais como, o *Design Thinking* e o PM – Project Management CANVAS. Além disso, o projeto que foi concebido pelos alunos, apontou as necessidades de melhorias, através de um plano sustentável para o canto de Itaipu. O projeto pode ser factível, pois os dados são reais, e os alunos propõem serviços que ainda não foram implementados pela secretaria de turismo de Niterói.

Os objetivos gerais e específicos do projeto foram alcançados, pois estão de acordo as competências necessárias para o desenvolvimento dos alunos, alinhado com o PPC – Plano Pedagógico do Curso. Houve um ótimo entrosamento dos alunos, devido à utilização de metodologias colaborativas, por meio de aplicação do Design Thinking e Canvas. Os alunos obtiveram o conceito para aprovação e adquiriram a experiência necessária, em campo, para que possam exercer a prática da profissão, seja na gestão pública ou privada do turismo. Além disso, o projeto poderá ser implantado pela secretaria de Turismo de Niterói.

4.4. HOSTEL: MATRIZ DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

Os *hostels* são notoriamente um meio de hospedagem em franco desenvolvimento no país. O crescimento desta modalidade de meio de hospedagem não se deve somente ao legado dos grandes eventos que ocorreram nos últimos 5 Anos no Rio de Janeiro (Copa do Mundo, Jornada Mundial da Juventude e Olimpíadas), mas também a uma simplificação de serviço, que é uma tendência, proporcionando preços mais acessíveis em total conformidade com o momento econômico do país. Os alunos desta turma de Graduação Tecnológica em Hotelaria do Senac identificaram a necessidade de criar um sistema oficial de classificação, inexistente hoje no Brasil. A criação de uma Matriz e posterior categorização dos *hostels*, torna a informação ao cliente mais transparente a competitividade mais justa.

O projeto teve início com um levantamento dos *Hostels* existentes na Zona sul e Oeste do Rio de Janeiro. Os alunos criaram então um questionário on line, levando em consideração os critérios das Matrizes já existentes para a modalidade de hospedagem – Cama e Café e Pousada. O passo seguinte foi analisar os resultados da pesquisa, gerando indicadores para pontos de corte e categorização dos *Hostels*. Com isso, a partir da compilação dos resultados, foi possível obter a classificação dos *Hostels* pesquisados obtendo assim um Panorama dos *Hostels* do Rio de Janeiro.

Este projeto tem toda a possibilidade de replicação, gerando um projeto, não apenas para os alunos, como pode ser feita uma parceria com a Prefeitura da Cidade ou com o Estado do Rio e a partir dos critérios gerados pelos alunos, trabalhar com alunos de outras turmas para realizar uma revisão mais apurada dos pontos de corte, estabelecendo assim os critérios que mais impactam na categorização dos *Hostels*. Este projeto pode ser replicado em outras turmas, abarcando assim todas as regiões do Rio de Janeiro.

Este projeto não é apenas inovador, mas necessário. Para os alunos foi bastante enriquecedor, ao oferecer a oportunidade de verificação da operacionalidade do meio de hospedagem na prática. Foi possível ainda realizar uma análise crítica sobre os critérios já existente para categorização de outros meios de hospedagem, determinados pelo Ministério do Turismo. Para a construção das questões da pesquisa, determinação dos pontos de corte, os alunos visitaram *Hostels* e conheceram seu funcionamento, gerando reflexão, desequilíbrio e desenvolvimento, características da metodologia do Senac do Aprender Fazendo mesmo na Graduação Tecnológica.

4.4. Hostel: Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem

Curso:

Graduação Tecnológica em Hotelaria

Orientador:

Isabel Portugal Barbosa

Alunos participantes:

Angelica Porto, Laudervan Silva, Erivaldo, Rayane Pinto, Oberdan, Tayná Ferreira, Barbara Marques, Thaisa Cavalcante, Jose Joaquim, Pedro Veras, Roseana Pinto, Cristiano Miro, Valéria Barros, Iago Andrade, Gabriel Boynard, Renan Oliveira, Wesley Rafael, Wendy Lima, Patrícia Epifânio, Virlene Garcia, Maria Aurilene Silva, Barbara Murad, Cintha Souza e Daniele Rodrigues

Unidade Senac:

Faculdade Senac Rio – Santa Luzia



— Sistema —

