



**Anais do Seminário de Pesquisa e
Produtividade da Estácio Vitória e Vila Velha**

XI SEMINÁRIO DE PESQUISA, EXTENSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

12/05/2025 a 17/05/2025 – Estácio Vitória

30/05 a 04/06/2025 – Estácio Vila Velha

ISSN: 2764-1775



XI SEMINÁRIO DE PESQUISA, EXTENSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

**Centro Universitário Estácio de Vitória
Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha**

**Sustentabilidade e empregabilidade:
construindo carreiras com impacto científico, social e
tecnológico**

ISSN: 2764-1775



Volume 3 – GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Adriana Sartorio Ricco

Danúbia de Oliveira Florindo

GERÊNCIA ACADÊMICA

Natália Dettman Carvalho Pereira

COMITÊ DE ORGANIZAÇÃO

Ariane Dias de Amorim

Georgia Vital dos Santos Rocha

Julienne Rocha Borges Fonseca

Moysés Bolzan Lessa

Rafael Dias Valencio

Samantha Irineu Andrade de Souza

Sátina Priscila Marcondes Pimenta

Saulo Cardoso Malbar da Silva

Sérgio Murilo França de Souza Filho

Vanesa Teixeira Nascimento

COMITÊ DE AVALIAÇÃO

Adriana Sartório Ricco

Aline de Souza Vasconcellos do Valle

Anderson Ramiro Rangel Carnelli



Danúbia Oliveira Florindo
Emanuel José Lopes Pepino
Evellyn Rodrigues Cordeiro
Jaisa Klauss
Lécio Silva Machado
Raphael Pereira
Roberta Luksevicius Rica
Sátina Priscila Marcondes Pimenta

COMITÊ DE DIVULGAÇÃO

Ariane Dias de Amorim
Carolina Viana Correa Coimbra de Sousa
Georgia Vital dos Santos Rocha
Genilson de Moraes Cruz
Juliene Rocha Borges Fonseca
Moysés Bolzan Lessa
Rafael Dias Valencio
Samantha Irineu Andrade de Souza
Sátina Priscila Marcondes Pimenta
Saulo Cardoso Malbar da Silva
Sérgio Murilo França de Souza Filho
Vanessa Teixeira Nascimento



ÍNDICE

Volume 3 – GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

3.1 ESTÁCIO VITÓRIA.....	6
ORIENTANDO HOJE PARA A CONSTRUÇÃO DO AMANHÃ - UM PROJETO DE ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL PARA ALUNOS DE PRÉ-VESTIBULARES	6
PROJETO DE CONSULTORIA E PROSPECÇÃO E MANUTENÇÃO DE CLIENTES NA ESTILO MODAS E CONFECÇÕES	9
WORKSHOP DE SEGURANÇA.....	11
PLANEJAMENTO FINANCEIRO, ESTRATÉGIA DE MARKETING E CARDÁPIO DIGITAL PARA A EMPRESA DOCES DA SW – ARTESANAL.....	13
GERENCIAMENTO DE PROJETO DE ANÁLISE DE CUSTOS EM MICROEMPREENHIMENTO	16
TRANSIÇÃO DE CARREIRA.....	19
NOVAS GERAÇÕES, NOVOS PROTAGONISTAS.....	19
3.2 ESTÁCIO VILA VELHA	24
APLICATIVO "ACEL NRP": SOLUÇÃO INTEGRADA EM <i>REACT NATIVE</i> PARA GESTÃO E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	24
DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO MÓVEL EM <i>REACT NATIVE</i> PARA ACOMPANHAMENTO NUTRICIONAL PERSONALIZADO E GESTÃO DE ENCOMENDAS DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS	28
APLICATIVO "RECRIAR ES": UMA SOLUÇÃO EM <i>REACT NATIVE</i> PARA GESTÃO COMUNITÁRIA E PROJETOS SOCIAIS	33
PROJETO DE EXTENSÃO: A FORMA DE GESTÃO DO INSTITUTO ZOE	37



3.1 ESTÁCIO VITÓRIA

ORIENTANDO HOJE PARA A CONSTRUÇÃO DO AMANHÃ - UM PROJETO DE ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL PARA ALUNOS DE PRÉ-VESTIBULARES

Prof^a Geane Uliana Miranda
Ana Beatriz Wenceslau dos Santos
Cláudia Tavares Guedes Pinto
Elisangela de Jesus Tavares Lirio
José David Mota
Maria Eduarda Ferreira dos Santos
Maria Luíza dos Santos Ribeiro
Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: A orientação profissional (OP) auxilia jovens no autoconhecimento e em escolhas acadêmicas e profissionais conscientes, um período frequentemente marcado por pressões familiares e sociais, além de dificuldades socioeconômicas que geram apreensão e ansiedade. Ações educativas para alunos de classe média baixa são cruciais para mitigar essas influências e facilitar o acesso à OP. **Objetivos:** O objetivo geral deste projeto de extensão é oferecer orientação profissional a alunos de cursinhos populares preparatórios para ENEM e IFES, auxiliando na escolha consciente de suas carreiras. Os objetivos específicos incluem: informar sobre profissões, suas características e exigências; explorar interesses e habilidades individuais para promover o autoconhecimento; e proporcionar escuta e acolhimento. **Referencial Teórico:** A OP, influenciada pela Psicologia, considera as questões sociopolíticas no processo de escolha profissional. Contudo, estudos apontam um distanciamento da OP das classes menos favorecidas (VALORE; CAVALLET, 2012). Jovens em fase de escolha vivenciam indecisão, insegurança e ansiedade (FIGUEIREDO et al., 2023), intensificados por influências familiares e pelas exigências do mercado de trabalho (FERNANDES; PEREIRA; DIAS, 2024). A OP



emerge como ferramenta para o autoconhecimento, informação sobre carreiras e apoio familiar, promovendo autonomia nas decisões. **Metodologia:** A primeira etapa envolveu uma ação educativa com alunos (13-18 anos) do cursinho Aprovest, utilizando música, dinâmica de quebra-gelo, nuvem de palavras (Mentimeter), apresentação sobre OP e as 8 Âncoras de Carreira de Schein, dinâmica reflexiva e questionário de satisfação. A segunda etapa consistirá na aplicação do Inventário de Âncoras de Carreira e devolutiva individualizada. **Resultados e Discussão:** A análise de questionários de 69 pré-vestibulandos revelou interesse diversificado (Biológicas, Humanas e Exatas), mas insegurança na decisão profissional. Retorno financeiro (62,3%), aptidão pessoal (55,1%) e influência familiar (15,9%) foram fatores determinantes. Surpreendentemente, 43,5% nunca utilizaram recursos de orientação, indicando falta de acesso. Insegurança quanto às habilidades, medo do desemprego e pressão social foram os principais desafios. Os jovens demonstraram interesse em palestras, materiais informativos e oficinas práticas, reforçando a importância de ações extensionistas focadas em escuta, autonomia e desenvolvimento de competências para a escolha profissional consciente. **Conclusões:** Ações de orientação profissional para jovens de classe média baixa são relevantes, pois proporcionam escuta qualificada, acolhimento, fortalecimento da autonomia e autoconhecimento, potencializando escolhas profissionais mais assertivas. É fundamental o papel social da psicologia em aproximar a OP de jovens estudantes, não apenas em cursinhos, mas também em instituições públicas, onde o acesso é limitado.

Palavras-chave: orientação profissional; adolescentes; psicologia; profissão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERNANDES, E. R. da S.; PEREIRA, J. M. D. de M.; DIAS, M. O. Adolescência e escolha profissional. **COGNITIONIS Scientific Journal**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. e430, 2024. DOI: 10.38087/2595.8801.430. Disponível em:



<https://revista.cognitioniss.org/index.php/cogn/article/view/430>. Acesso em: 30 abr. 2025.

FIGUEIREDO, S. L. de; MARANHÃO, T. L. G.; FARIAS, A. de A.; TEIXEIRA, P. T. F.; CRUZ, H. L. M. O Sofrimento Psíquico: Influências identificadas acerca do processo de escolha profissional em jovens. **Id on Line Rev. Psic.**, Maio/2023, vol. 17, n. 66, p. 504-532, ISSN: 1981-1179.

LEVENFUS, R. S. **Psicodinâmicas da Escolha Profissional**. São Paulo: Vozes, 2017.

SCHEIN, E. H. **Career Anchors: Discovering Your Real Values**. San Francisco: Pfeiffer & Company, 1996.

SCHEIN, E. H. **The world of work: career anchors and their future implications**. Jossey-Bass, 1993.

SPARTA, M. O Desenvolvimento da Orientação Profissional no Brasil. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, Porto Alegre, 2003.

VALORE, L. A.; CAVALLET, L. H. R. Escolha e orientação profissional de estudantes de curso pré-vestibular popular. **Psicologia & Sociedade**, 24(2), p. 354-363, 2012.



PROJETO DE CONSULTORIA E PROSPECÇÃO E MANUTENÇÃO DE CLIENTES NA ESTILO MODAS E CONFECÇÕES

Profº Clovis Grimaldo Couto Junior

Ariane Dias Coutinho

Letícia Jovêncio dos Santos

Nathan Henrique Ferreira

Rhayssa Barcelos dos Santos Pereira

Thais Silva de Oliveira

Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: Neste projeto, iremos abordar a empresa “Estilo Modas e Confecções”, que, por meio de consultoria e escuta ativa com a gestora, revelou a dificuldade em prospectar novos clientes. O uso estratégico das redes sociais é fundamental para a sustentabilidade desse negócio. Assim, o trabalho parte da problemática da limitação das práticas de marketing digital e coleta de dados do mercado, propondo ações que visam à capacitação e inovação na gestão comercial e nas estratégias da empresa.

Objetivos: Identificar e buscar melhorias para que o negócio da empresa se desenvolva de forma coerente com o mercado; ensinar a equipe a usar melhor as redes sociais para divulgar os produtos e atrair mais clientes; orientar na prospecção de clientes tanto em ambientes digitais quanto presenciais; realizar pesquisas de mercado para identificar tendências de moda, adaptando os produtos da empresa às novas demandas. **Referencial Teórico:** Segundo Kotler e outros autores, hoje em dia não basta só vender, é preciso criar uma boa relação com os clientes usando a internet e as redes sociais. As pequenas empresas, como a de costura, têm muito a ganhar ao mostrar o valor do que fazem, com os produtos feitos com carinho e atenção. Churchill e Peter lembram que, para conquistar clientes, é preciso saber quem é o público certo e falar de forma personalizada. Já dados da DataReportal mostram que muitos brasileiros seguem marcas nas redes sociais, o que prova que vale a pena



investir nesse canal. O relatório da NielsenIQ aponta que, nos próximos anos, os consumidores vão buscar mais originalidade, responsabilidade social e produtos feitos com cuidado. **Metodologia:** As ações do projeto vão ser feitas de forma bem prática e junto com a empresa. Vamos conversar com a gestora, observar como o trabalho é feito e propor ideias que ajudem no dia a dia. Tudo será feito com a participação da equipe do projeto e da empresa. **Resultados e Discussão:** Até agora, já conseguimos perceber que a empresa tem pouco uso das redes sociais e ainda tem dificuldade em comunicar-se com o cliente. No entanto, já começamos a dar orientação sobre como melhorar as postagens. A participação da gestora tem sido muito boa, o que mostra que há vontade de aprender e crescer. Esses primeiros resultados confirmam o que já se sabe: investir em marketing digital e entender o cliente é essencial para crescer. **Conclusões:** Mesmo com pouco tempo de projeto, já foi possível ver que a empresa tem muito a melhorar sua divulgação, aumentar as vendas e a prospecção de clientes. Com ações simples e bem direcionadas, a costureira pode conquistar novos clientes. Para nós, o projeto tem sido muito importante, pois nos oferece a oportunidade de aplicar o que aprendemos e colocar em prática essas ideias, contribuindo para a transformação de um pequeno negócio local. **Palavras-chave:** Marketing digital; redes sociais; prospecção de clientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. (2020). **Marketing:** criando valor para os clientes. São Paulo: Cengage Learning.

DATAREPORTAL. (2024). **Digital 2024:** Brasil. Disponível em: <https://datareportal.com>

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. (2021). **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante.

NIELSENIQ. (2023). **Tendências de consumo 2026:** insights para o mercado de moda. São Paulo: Relatório Anual.



WORKSHOP DE SEGURANÇA

Profº Clovis Grimaldo Couto Junior

Gideão de Souza Nascimento

Lorena Oliveira

Sara Neto

Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: O presente artigo apresenta o projeto Workshop de Segurança, desenvolvido no contexto da Jornada PEI (Projeto de Ensino Interdisciplinar), com foco na promoção da segurança no ambiente de trabalho por meio da conscientização sobre o uso adequado dos equipamentos de proteção individual (EPIs). O projeto surgiu a partir da demanda por reforçar a cultura de prevenção em setores da empresa U.L. Química e Científica LTDA. A proposta alia ações educativas à prática profissional, promovendo exposição de equipamentos de proteção individual (EPI), palestra e oficinas práticas. Os resultados esperados incluem a redução de acidentes e a consolidação de uma postura institucional voltada à segurança e saúde ocupacional. O ambiente industrial apresenta riscos ocupacionais que exigem ações sistemáticas de prevenção. No contexto da U.L. Química e Científica LTDA, observou-se a necessidade de reforçar o uso adequado de equipamentos de proteção individual (EPIs). Para atender a essa demanda, foi desenvolvido o projeto workshop de segurança, inserido na Jornada PEI – Projeto de Ensino Interdisciplinar, com o intuito de promover a cultura de segurança por meio de ações educativas integradas.

Objetivos: O projeto visa: Conscientizar os colaboradores sobre os riscos ocupacionais; Estimular o uso adequado dos EPIs; Reduzir a ocorrência de acidentes de trabalho; Integrar o conhecimento técnico e pedagógico na prática profissional; Fortalecer a cultura institucional de segurança e saúde no trabalho. **Referencial**



teórico: A segurança do trabalho é um campo multidisciplinar que exige constante atualização e engajamento dos colaboradores. Do ponto de vista técnico, as Normas Regulamentadoras do Ministério do Trabalho, especialmente a NR 6, que trata dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), fornecem a base legal e normativa para a condução das atividades. Essas normas são fundamentais para o embasamento das práticas apresentadas no workshop e garantem a adequação às exigências legais. **Metodologia:** A metodologia utilizada combinou elementos diagnósticos, pedagógicos e técnicos: Diagnóstico dos riscos presentes nos setores da empresa; Elaboração de ações educativas e materiais adaptados à realidade dos colaboradores; Execução de um workshop com palestras, rodas de conversa e demonstrações práticas de uso de EPIs; Validação pedagógica das estratégias durante a Jornada PEI, com a integração de diferentes áreas do conhecimento. **Resultados e discussão:** O projeto almeja maior engajamento dos colaboradores durante as atividades e maior compreensão sobre a importância do uso correto dos EPIs. Espera-se a médio prazo uma diminuição significativa no número de incidentes e maior adesão às normas internas de segurança. A articulação com a Jornada PEI permitiu o alinhamento do projeto com os princípios educacionais, ampliando sua eficácia e legitimidade. **Conclusões:** O Workshop de Segurança demonstrou ser uma iniciativa eficaz na promoção da saúde e segurança ocupacional. A Jornada PEI desempenhou papel fundamental na construção, revisão e validação das estratégias adotadas, consolidando o projeto como uma prática educativa interdisciplinar e corporativa. A experiência reforça o potencial transformador da integração entre educação e ambiente profissional.

Palavras-chave: segurança do trabalho; EPIs; prevenção de acidentes; saúde ocupacional.



PLANEJAMENTO FINANCEIRO, ESTRATÉGIA DE MARKETING E CARDÁPIO DIGITAL PARA A EMPRESA DOCES DA SW – ARTESANAL

Profº Clovis Grimaldo Couto Junior

Erick Sangi da Silva

Kaiky Redellen Pereira Amorim

Joyce Schultz Bungstab

Maikel Wingler

Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: A Doces da SW - Artesanal A empresa identificou a necessidade de aprimorar seus processos internos e posicionamento de mercado, enfrentando desafios como gestão financeira, baixo conhecimento da marca e falta de ferramentas digitais para expor seus produtos. A falta de planejamento financeiro estruturado e de estratégias de marketing eficazes limita o crescimento e a competitividade da empresa. Foi dessa percepção silenciosa que nasceu uma proposta de projeto estratégico, visando reestruturar os pilares fundamentais do negócio. O programa visa implementar soluções abrangentes para promover a otimização dos processos financeiros, o fortalecimento da imagem da marca e a inovação na apresentação dos produtos. **Objetivos:** Nossos objetivos são melhorar os processos financeiros, fortalecer a visibilidade e a atratividade da marca, além de desenvolver um cardápio digital para a empresa Doces da SW - Artesanal. **Referencial Teórico:** O planejamento financeiro é essencial para a sustentabilidade de microempresas, proporcionando controle sobre receitas, despesas e investimentos. Segundo Gitman e Madura (2003), o planejamento financeiro envolve a formulação de estratégias para alcançar objetivos financeiros, sendo fundamental para a tomada de decisões eficazes. Estudos indicam que a ausência de planejamento financeiro é uma das principais causas de falência em pequenos negócios no Brasil. Além disso, a gestão



eficiente do capital de giro é vital para o funcionamento das microempresas, permitindo investimentos em áreas estratégicas e contribuindo para o crescimento sustentável. O marketing digital oferece às microempresas ferramentas acessíveis para promover produtos e serviços, ampliar a visibilidade e fortalecer o relacionamento com os clientes. Kotler e Keller (2019) destacam que o marketing digital permite uma comunicação mais direta e personalizada com o público-alvo, sendo crucial para a competitividade no mercado atual. Pesquisas mostram que microempreendedores enfrentam desafios na implementação de estratégias de marketing digital, como a falta de conhecimento técnico e recursos financeiros. No entanto, a adoção de práticas como o uso de redes sociais, marketing de conteúdo e campanhas promocionais pode resultar em aumento significativo das vendas e fortalecimento da marca. A digitalização de cardápios é uma tendência crescente no setor de alimentação, proporcionando aos clientes uma experiência de compra mais interativa e conveniente. Ferramentas digitais permitem a apresentação visual dos produtos, facilitando a escolha e estimulando o consumo. Além disso, a utilização de cardápios digitais pode contribuir para a coleta de dados sobre as preferências dos clientes, permitindo ajustes nas ofertas e estratégias de marketing. A integração de tecnologias digitais no processo de vendas é, portanto, uma ação estratégica para microempresas que buscam inovação e competitividade no mercado. Essa abordagem está alinhada com os princípios do marketing digital discutidos por Kotler, Kartajaya e Setiawan em sua obra *Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital*, que enfatiza a importância da conectividade e da personalização na comunicação com o público-alvo.

Metodologia: O projeto utiliza da metodologia qualitativa, a fim de permitir uma compreensão aprofundada da realidade da microempreendedora, considerando suas necessidades e o contexto do negócio. Essa abordagem favorece a construção de soluções personalizadas por meio da escuta ativa e do envolvimento direto dos alunos.

Resultados e Discussão: Até o momento, o projeto encontra-se em fase de desenvolvimento, sem resultados consolidados. As ações planejadas estão sendo implementadas gradualmente, e ainda estão em processo de observação e



adaptação. As discussões têm se concentrado na compreensão das necessidades da microempresendedora, na definição das estratégias mais adequadas e no alinhamento das ferramentas às particularidades do negócio. Espera-se que, com o avanço das etapas, seja possível avaliar os impactos das intervenções propostas. **Conclusões:** O projeto com a Doces da SW - Artesanal está em suas etapas iniciais de execução. As ações de planejamento financeiro, marketing digital e digitalização do cardápio estão sendo gradualmente implementadas, e ainda não há resultados concretos a serem avaliados. No entanto, o processo tem mostrado progressos em termos de alinhamento das estratégias com as necessidades da microempresendedora. A adaptação das soluções propostas ao contexto do negócio e a constante participação da empresária são elementos essenciais para a continuidade do projeto. A avaliação dos resultados será feita à medida que as etapas avancem, permitindo ajustes e melhorias contínuas.

Palavras-chave: Planejamento financeiro; marketing; doces artesanais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GITMAN, Lawrence J.; MADURA, Jeff. **Fundamentos de Administração Financeira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). **Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital**. Coimbra, Portugal: Conjuntura Actual Editora.



GERENCIAMENTO DE PROJETO DE ANÁLISE DE CUSTOS EM MICROEMPREENHIMENTO

Profº Clovis Grimaldo Couto Junior

Nathalia Jacobsen Três

Ramom Souza Rodriguez da Silva

Marcos Eduardo

Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: A loja Florence, gerida com um microempreendimento, sua ocupação principal são artigos de vestuários e acessórios femininos, com forma de atuação de porta em porta e internet (e-commerce), enfrenta dificuldades para precificação de preços finais dos produtos, obtendo margem de lucros inconsistentes. A empreendedora percebe que, apesar de um bom volume de vendas, o saldo final do mês é baixo. Com base em alguns sintomas identificados, como: falta de clareza sobre os custos fixos e variáveis do negócio; margem de lucro abaixo do mercado; falta de estratégia de precificação e identificação de suas deficiências, tendo como o seu diagnóstico inicial; seu problema principal está na ausência de uma análise estruturada de custos, ou seja, comprometendo a precificação e a lucratividade.

Objetivos: O nosso objetivo é desenvolver e executar um projeto de análise de custos com foco na organização financeira da loja Florence, identificar gargalos de rentabilidade e criar estratégias para uma base sólida e sua precificação correta.

Metodologia: Nossa estratégia principal será realizada por etapas: identificando e realizando um mapeamento financeiro, tais custos fixos e variáveis; análise de produtos, cálculo de custo unitário de cada peça; criação de categorias de peças e produtos, facilitando o entendimento das margens por grupo; aplicação de modelos de precificação; entre outros. Será seguido um cronograma para a execução do projeto, iniciando com seu diagnóstico e organização, reunião com a empreendedora,



coleta de dados financeiros, criação de uma planilha base de controle de custos; análise e classificação, apuração de custos por produto e por categoria, identificação dos produtos em baixa margem, reavaliação de custos logísticos. **Resultados esperados ao final da implementação:** aumento da margem de média de lucro por produto, sustentabilidade financeira e maior controle do negócio. Buscamos resultados com critério de sucesso do projeto é desenvolver um impacto concretos para a Loja Florence, oferecendo mais segurança na tomada de decisões, como em seus investimentos, como investir, comprar e aplicar descontos quando necessário; aumento na sua lucratividade; maior clareza sobre o que vende mais, com melhor rotatividade e o que não compensa vender, devido sua margem de lucro e estoque parado; empoderamento da empreendedora, com conhecimento prático sobre o negócio, aumentar as vendas online, é crucial criar uma estratégia de marketing digital eficaz, acompanhamento das tendências de venda online. A análise de custos em microempreendimentos, como uma loja feminina, vai além de muitas planilhas e números: trata-se de um passo fundamental para transformar a intuição em gestão estratégica. A Jornada PEI demonstrou que, ao identificar o problema central, sua precificação inadequada, foi possível construir uma estratégia personalizada, acessível e funcional, mesmo com poucos recursos. Ao implementar uma rotina simples de análise de custos e aplicar modelos de precificação corretos, a empreendedora irá passar a tomar decisões baseadas em dados, reduzindo prejuízos e aumentando sua margem de lucro. O projeto também irá proporcionar autonomia e clareza, fortalecendo a sustentabilidade do negócio e promovendo empoderamento financeiro da gestora. Mais do que um projeto pontual, a análise de custos se mostrou como uma ferramenta contínua de crescimento e sobrevivência em um mercado competitivo. Com organização, disciplina e conhecimento aplicado à realidade da loja, o microempreendimento estará mais preparado para crescer de forma segura, eficaz, lucrativa e consistente. **Referencial teórico:** O Sebrae (2021) reforça que a informalidade é um dos principais desafios das microempresas no Brasil e que o acesso à informação prática e simplificada pode gerar transformações significativas



na gestão desses empreendimentos. Padoveze (2010) destaca que a contabilidade gerencial, mesmo que em modelos simplificados, pode ajudar o microempreendedor a compreender melhor seus resultados e tomar decisões embasadas. O uso de ferramentas visuais, como dashboards, e relatórios mensais básicos, torna a gestão acessível e eficaz. Horgren et al. (2013) reforçam entender a estrutura de custos é fundamental não apenas para controlar gastos, mas também para embasar decisões sobre mix de produtos, promoções e investimentos. Para Dornelas (2018) o empreendedor deve desenvolver competências de gestão financeira mesmo que a sua formação não seja técnica, adotando ferramentas simples e adaptadas à realidade do seu negócio.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean a. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial**: um enfoque em sistema de informação Contábil. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil**: relatório executivo. Brasília: SEBRAE, 2021.



TRANSIÇÃO DE CARREIRA NOVAS GERAÇÕES, NOVOS PROTAGONISTAS

Profª Geane Uliana Miranda

Ana Carolina Corrêa Rocha

Hamilton Junior Ferreira

Laiany Scabelo

Nívea Silva dos Santos

Rayvo da Silva Alves Araujo

Centro Universitário Estácio de Vitória

Introdução: Diante da constatação de que o mercado de trabalho sofre rápidas mudanças, a autoeficácia e a adaptabilidade se mostram fundamentais para o desenvolvimento profissional. A Geração Z é aquela composta por indivíduos nascidos em meados dos anos 90 até 2010, e que atualmente representa cerca de 30% da população mundial (ONU, 2025). Saúde mental, ação climática, emprego e responsabilidade corporativa, flexibilidade, autonomia e equilíbrio entre vida profissional e pessoal, são temas que muito interessam a essa geração. Nesse contexto, foi realizado um evento no qual foi apresentada aos alunos do Curso Profissionalizante Jovem Aprendiz do SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), todos enquadrados na Geração Z, a relevância de compreender o mercado de trabalho, considerando as novas gerações e os novos protagonismos. Sabe-se que, em suas futuras experiências, eles terão de enfrentar desafios, como lidar com críticas e feedbacks, além de definir seu papel como protagonista. Portanto, reflete-se se essas críticas serão recebidas como construtivas, ou se haverá uma busca por responsabilizações externas devido às suas más escolhas feitas.

Objetivos: Conscientizar os alunos sobre a importância do protagonismo de carreira na vida profissional. Fomentar o autoconhecimento dos alunos, incentivá-los a desenvolverem capacidades para enfrentar desafios, agir com determinação e cultivar



uma visão mais positiva da carreira profissional. Fazê-los compreender a importância desses aspectos para uma maior facilidade de adaptação ao mercado de trabalho.

Metodologia: Foi realizada uma apresentação, com utilização de Power Point, para alunos do Curso Profissionalizante Jovem Aprendiz do SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), todos na faixa etária entre 15 e 18 anos. Essa apresentação foi composta por algumas etapas, descritas a seguir. Inicialmente cada um dos palestrantes se apresentou através de dados básicos. Em seguida foi realizada uma Pesquisa Demográfica, com os dados sendo obtidos através de um QR code disponibilizado na tela. Importante destacar que foi certificado de que todos os alunos possuíam celular que proporcionasse a sua participação na pesquisa. Na próxima etapa, foi solicitado aos alunos que fizessem suas apresentações pessoais, falando de suas trajetórias profissionais, campos de atuação e perspectivas pessoais de carreira, dando ênfase ao tema trabalhado. Essa dinâmica foi proposta como uma ação de interação e leitura dos interesses profissionais e pessoais dos alunos, onde em um momento de trocas e de apresentações do perfil, um do outro, de seus interesses em carreira, houve a descoberta e também a avaliação dos demais participantes, construindo assim o cenário para a abordagem do tema central. O tema central teve como direcionamento, “Novas Gerações, Novos Protagonistas”, no qual foram apresentados e compartilhados, por meio da interação com os alunos, comportamentos direcionados ao protagonismo de carreira, quais são os comportamentos mais presentes na Geração Z que os diferenciam das demais gerações; falou-se também de dados evidenciados sobre suas tendências de atuação, mercado de trabalho e formato do pensamento desta geração, quais são os modelos de trabalho mais praticados e esperados por eles, os fatores motivacionais e dados de retenção deste público nas empresas. Outros fatores citados foram as relações que estabelecerão com suas lideranças, seus comportamentos mais aderentes ao comporem equipes diversas e como os mesmos pretendem construir sua imagem profissional no mercado de trabalho. Em seguida foi aplicado de forma online o Teste Âncoras de Carreira, que permitiu uma leitura dos alunos participantes sobre suas



possíveis tendências de atuação profissional. Cada uma dessas tendências foi compartilhada e explicada, possibilitando, assim, mais adesão ao conteúdo ministrado e a identificação pessoal de cada um. Na próxima etapa foi feito o fechamento do tema através de considerações finais, englobando os principais tópicos abordados, a distribuição de lembrancinhas e, por fim, a realização da Pesquisa de Reação, através da qual foram coletados dados que proporcionaram a avaliação da qualidade do conteúdo e dos responsáveis pela apresentação. **Resultados e discussão:**

Pesquisa Demográfica - Na Pesquisa Demográfica foram constatados os seguintes resultados: a faixa etária dos alunos era de 15 a 18 anos, sendo que a maioria era de 16 e 17 anos (37,5% cada). Quanto ao gênero o público estava bem dividido (50% feminino e 50% masculino). A grande maioria era branca (75%) e estuda em escola pública (62,5%), sendo que todos estudam no turno matutino. Uma pequena maioria (37,5%) mora com a família completa (pai, mãe e irmãos), sendo que 25% moram com pai e mãe, e outros 25% moram apenas com a mãe. Continuando, todos alegaram que pelo menos um de seus responsáveis está trabalhando atualmente. Uma pequena maioria (37,5%) mora com apenas uma pessoa, sendo que 25% moram com outras duas pessoas. Todos têm acesso à internet em casa, porém a grande maioria (75%) não possui computador próprio. Quando perguntados se têm um lugar tranquilo para estudar em casa, foram unânimes em responder que sim. Sobre parar de estudar, a grande maioria (75%) afirma que nunca pensaram em fazer isso. Exatamente a metade dos alunos participantes pretende fazer faculdade após concluir o ensino médio, sendo que alguns pretendem fazer um concurso público (12,5%), outros empreenderem (12,5%) e outros alegaram ainda não saber (25%). Quanto ao tempo livre, a maioria gosta de passar esse período jogando videogame (37,5%) e outra parte (25%), passear com pessoas próximas. **Teste Âncoras de Carreira** - No Teste Âncoras de Carreira foi constatado o seguinte: dos alunos participantes, a pequena maioria (37,5%) se enquadra no perfil “Criatividade Empreendedora”, sendo que boa parte possui ênfase em “Estilo de Vida” (25%). Houve ainda outros três perfis que apresentaram a mesma frequência (12,5%): “Competência Técnica-Funcional”,



“Desafio Puro” e “Segurança e Estabilidade”. Pesquisa de Reação - Na Pesquisa de Reação foram obtidos os seguintes resultados: a totalidade dos alunos considerou a apresentação relevante ou muito relevante, sendo que a grande maioria (87,5%) avaliou com nota 5 o conhecimento dos palestrantes sobre o tema, e outros 12,5% avaliaram com nota 4 (o mínimo era 1 e o máximo, 5). Quanto à didática dos palestrantes, a grande maioria (87,5%) avaliou com nota 5, e outros 12,5% avaliaram com nota 4 (o mínimo era 1 e o máximo, 5). Sobre a clareza das informações, todos os alunos consideraram que os palestrantes transmitiram as informações de forma clara. Por fim, perguntados sobre como o tema contribuiu para o seu aprendizado ou ampliou o seu conhecimento, foram obtidas as seguintes respostas: “ajudou-me a compreender melhor aspectos que eu desconhecia” (37,5%), “ampliou minha visão e aprofundou meu entendimento sobre o tema abordado” (37,5%), “contribuiu de maneira significativa para o desenvolvimento do meu conhecimento sobre este assunto” (25%). Sendo assim, constata-se que houve total satisfação do grupo em relação ao evento apresentado e que, além disso, os objetivos propostos foram alcançados. **Conclusões:** Conclui-se, então, que o desenvolvimento de habilidades de adaptação é essencial para que estudantes atravessem essa fase de maneira mais tranquila e bem-sucedida. Além disso, estar atento às próprias escolhas e ter clareza sobre os objetivos profissionais são fatores determinantes na transição para o mercado de trabalho. Por fim, importante destacar que os objetivos propostos no Item 2 foram alcançados satisfatoriamente.

REFERÊNCIAS

GALVÃO, Davi. **Psicólogo explica sobre impactos da geração Z no meio corporativo:** “não gostam do trabalho, viram as costas e vão embora”. Portal6, 2025. Disponível em: <https://portal6.com.br/2025/04/27/psicologo-explica-sobre-impactos-da-geracao-z-no-meio-corporativo-nao-gostam-do-trabalho-viram-as-costas-e-vao-embora>. Acesso em: 27 abr. 2025.



GRAYLEY, Monica Villela. ONU defende papel crucial da juventude na solução de problemas globais. **ONU News**, 5 Fevereiro 2025. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2025/02/1844516>. Acesso em: 27 abr. 2025.

KELLY, Jack. Mais Propósito, Menos Paciência: O Que a Geração Z Quer do Trabalho. **Forbes**, 2025. Disponível em: <https://forbes.com.br/carreira/2025/04/mais-proposito-menos-paciencia-o-que-a-geracao-z-quer-do-trabalho>. Acesso em: 20 abr. 2025.



3.2 ESTÁCIO VILA VELHA

APLICATIVO "ACEL NRP": SOLUÇÃO INTEGRADA EM *REACT NATIVE* PARA GESTÃO E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Profº Marcelo dos Santos Machado

Maicon Ribet Ramos

Davi Fernandes de Jesus Roque

Felipe Pinheiro de Castro de Jesus

Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha

Este trabalho, desenvolvido no âmbito da disciplina ARA0089 Programação mobile Android, do curso análise e desenvolvimento de sistemas, da faculdade Estácio de Sá, polo Vila Velha, detalha o projeto de desenvolvimento do aplicativo móvel "ACEL NRP". O foco é criar uma solução digital utilizando *React Native* para otimizar os processos de gestão e comunicação da instituição ACEL NRP. A iniciativa surgiu da necessidade de modernizar controles manuais e descentralizados de cadastros de famílias, alunos e voluntários, além de aprimorar a gestão de eventos, o controle de frequência em atividades esportivas e a comunicação com o público. O aplicativo visa centralizar informações e facilitar a interação entre administradores, voluntários, alunos e as famílias atendidas pela ACEL NRP. O objetivo principal do projeto é desenvolver um aplicativo móvel que seja funcional e intuitivo, atendendo às necessidades específicas da ACEL NRP para otimizar sua gestão e comunicação. Os objetivos específicos incluem a aplicação prática dos conceitos de *React Native*, como sintaxe JSX e componentes, a implementação da persistência de dados local (*SQLite*, *AsyncStorage*) e a comunicação com serviços remotos (*API REST*, Banco de Dados). Busca-se implementar funcionalidades chave como um sistema robusto para gestão de cadastros (famílias, alunos e voluntários), agendamento e gerenciamento de eventos e atividades com controle de presença, e um mural de comunicação para divulgação de informações importantes. Adicionalmente, o projeto



visa promover a colaboração e o trabalho em equipe entre os estudantes, desenvolver habilidades de levantamento de requisitos em comunicação com a parte interessada (ACEL NRP) e estimular o pensamento crítico na resolução de problemas dentro de um contexto de impacto social. A fundamentação teórica do projeto envolve o estudo de desenvolvimento de aplicativos móveis com *React Native*, conceitos de persistência de dados local e remota, e metodologias ágeis para gerenciamento de projetos. O desenvolvimento do aplicativo "ACEL NRP" utiliza *React Native* e *Expo*. A arquitetura da solução é dividida em camada de apresentação (*React Native*), camada de lógica (provavelmente *Node.js* para o *backend* e *API REST*) e camada de dados (*SQLite* para armazenamento local e um banco de dados remoto a ser definido para dados centralizados). Ferramentas como *React Navigation* são usadas para a navegação entre telas e *Expo Notifications* para notificações *push*. A API de Geolocalização/Mapas está prevista para a gestão de eventos. A metodologia adotada é a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), com aplicação de metodologias ágeis (como *Scrum* adaptado) e o conceito de sala de aula invertida, utilizando o conteúdo do SAVA. A colaboração é facilitada por ferramentas *online* como *Trello*, *Slack*, *Google Drive* e *GitHub*. Reuniões periódicas com representantes da ACEL NRP são realizadas para coleta de *feedback* e validação contínua do projeto. O cronograma do projeto iniciou-se em 24 de março de 2025, com a fase de Diagnóstico e Teorização concluída em 12 de abril de 2025. A fase de Planejamento e Desenvolvimento começou em 15 de abril de 2025, incluindo o desenvolvimento de funcionalidades básicas como cadastros e o mural, além da persistência de dados. A entrega parcial, com documentação e o Produto Mínimo Viável (MVP), ocorreu em 07 de maio de 2025. Atualmente, o projeto encontra-se na segunda metade da Etapa 2: Planejamento e Desenvolvimento. Após a entrega do MVP em 07 de maio de 2025 e a apresentação parcial por volta de 14 de maio de 2025, a equipe está focada na "Implementação de Funcionalidades Avançadas (Gestão Eventos, Presença, Controle Acesso)", prevista para ocorrer de 21 de maio a 03 de junho de 2025. Paralelamente, o "Desenvolvimento das Ações de



Educomunicação (Tutoriais, etc.)" está em andamento desde 06 de maio e se estende até 10 de junho. A próxima fase de "Testes, Depuração e Otimização do Aplicativo" está agendada para 04 a 10 de junho de 2025. Espera-se que o aplicativo otimize significativamente a gestão de cadastros, eventos e voluntários, além de centralizar a comunicação da ACEL NRP, resolvendo problemas como controles manuais e a falta de um canal de comunicação eficaz. O projeto "ACEL NRP" demonstrou progresso consistente, com a conclusão das fases iniciais de diagnóstico, planejamento e a entrega de um Produto Mínimo Viável (MVP). A definição clara das funcionalidades, como gestão de cadastros, eventos com geolocalização, controle de presença e um mural de avisos, alinhada às necessidades da ACEL NRP, estabelece uma base sólida para as próximas etapas. A implementação das funcionalidades avançadas e a subsequente fase de testes são cruciais para assegurar que o aplicativo final seja robusto, intuitivo e realmente impactante para a otimização da gestão e comunicação da instituição. O envolvimento contínuo da ACEL NRP no processo de validação será fundamental para o sucesso e a efetiva adoção da ferramenta.

Palavras-chave: gestão institucional; aplicativo móvel; *react native*; ACEL NRP; comunicação; voluntariado

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FIELDING, R. T. *Architectural Styles and the Design of Network-based Software Architectures*. Doctoral dissertation, University of California, Irvine, 2000.

LOWDERMILK, T. *User-Centered Design: A Developer's Guide to Building User-Friendly Applications*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2013.

MARTIN, R. C. *Clean Architecture: A Craftsman's Guide to Software Structure and Design*. Boston: Prentice Hall, 2017.

NIELSEN, J. *Usability Engineering*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann, 1993.

NORMAN, D. A. *O Design do Dia a Dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.



PRESSMAN, R. S. *Engenharia de Software: Uma Abordagem Profissional*. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2020.

REACT NATIVE. *Documentação Oficial*. Disponível em: <https://reactnative.dev/docs/getting-started>. Acesso em: 28 maio 2025.

SCHWABER, K.; SUTHERLAND, J. *O Guia do Scrum: O Guia Definitivo para o Scrum: As Regras do Jogo*. Scrum.org, Nov. 2020. Disponível em: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Brazilian-Portuguese.pdf>. Acesso em: 28 maio 2025.

SOMMERVILLE, I. *Engenharia de Software*. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *mHealth: New horizons for health through mobile technologies: second global survey on eHealth*. Geneva: WHO, 2011. (Global Observatory for eHealth series, v. 3).



DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO MÓVEL EM *REACT NATIVE* PARA ACOMPANHAMENTO NUTRICIONAL PERSONALIZADO E GESTÃO DE ENCOMENDAS DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS

Profº Marcelo dos Santos Machado

Clarissa Bernado de Oliveira

Gabriel Frinhani Santos

Isabele Nicolau Ribeiro

Michel da Silva Reis

Rebeca Carla Sandes Ferreira

Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha

Este trabalho, desenvolvido no âmbito da disciplina ARA0089 Programação mobile Android, , do curso análise e desenvolvimento de sistemas , da faculdade Estácio de Sá, polo Vila Velha, aborda a criação do aplicativo móvel "NutriSabor", uma ferramenta digital voltada para o acompanhamento nutricional e a promoção da saúde e bem-estar. A principal problemática que impulsionou o projeto reside na dificuldade enfrentada por nutricionistas para realizar um monitoramento contínuo e detalhado de seus pacientes fora do ambiente de consulta, bem como na ausência de ferramentas visuais e práticas que permitam a pacientes e profissionais acompanharem, respectivamente, a adesão à dieta e o progresso físico de forma eficaz. Observou-se também uma comunicação muitas vezes assíncrona e descentralizada para o esclarecimento de dúvidas e processos manuais ou desintegrados para a encomenda de refeições saudáveis e produtos *fitness* oferecidos por nutricionistas. Diante desse cenário, o presente estudo detalha o desenvolvimento de uma solução móvel que visa suprir essas lacunas, facilitando uma interação mais dinâmica e eficiente entre nutricionista e paciente. O objetivo central do projeto é desenvolver o "NutriSabor", um aplicativo móvel que seja funcional, intuitivo e motivador tanto para nutricionistas quanto para seus pacientes. Dentre os objetivos específicos, destaca-se a aplicação



dos conhecimentos em *React Native* para a construção de funcionalidades essenciais, como uma "Área de Controle" para o registro e acompanhamento de dietas, onde o paciente pode marcar refeições cumpridas e registrar modificações; uma "Roda Evolutiva" para o monitoramento do progresso físico com base em medições inseridas pela nutricionista; um canal de comunicação direto denominado "Tira-Dúvidas"; e uma "Área de Encomenda/Loja" para facilitar a aquisição de marmitas e produtos *fitness*. Adicionalmente, busca-se implementar uma arquitetura cliente-servidor robusta, assegurando a sincronização eficiente de dados entre os diferentes perfis de usuário. A fundamentação teórica do projeto abrange conceitos de desenvolvimento de aplicativos móveis utilizando a tecnologia *React Native*, princípios de design de experiência do usuário (*UX*) aplicados a aplicativos de saúde e bem-estar, e conhecimentos basilares de nutrição que informam a estrutura das funcionalidades. O arcabouço tecnológico compreende o desenvolvimento *frontend* com *React Native* e *Expo*, serviços de *backend* idealizados em *Node.js* para a gestão da lógica de negócios e da *API REST*, persistência de dados locais através de *SQLite* ou *AsyncStorage*, e um banco de dados remoto, como *PostgreSQL* ou *Firebase*, para o armazenamento centralizado e a sincronização das informações. A metodologia adotada para a condução do projeto é a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), articulada com práticas de metodologias ágeis, como uma adaptação do *Scrum* ou *Kanban*, para o gerenciamento dos ciclos de desenvolvimento. O processo de ensino-aprendizagem é complementado pelo modelo de sala de aula invertida, com apoio de conteúdo disponibilizado na plataforma SAVA. O desenvolvimento prático da aplicação móvel é realizado em *React Native*. A arquitetura da solução prevê um *backend* em *Node.js* para a *API* e um sistema de gerenciamento de dados que combina armazenamento local (*SQLite*, *AsyncStorage*) com um banco de dados centralizado na nuvem. A colaboração entre os membros da equipe é otimizada pelo uso de ferramentas *online*, tais como *Trello*, *Slack*, *Google Drive* e *GitHub*. O processo de desenvolvimento inclui reuniões periódicas com a nutricionista,



principal *stakeholder* do projeto, para coleta de *feedback* e validação incremental das funcionalidades desenvolvidas. Atualmente, o projeto "NutriSabor" concluiu a sua primeira etapa, referente ao diagnóstico e teorização, que englobou a identificação das partes interessadas, a definição dos requisitos com base na Estrutura Analítica do Projeto (EAP) NutriSabor, a análise da demanda sociocomunitária e o estabelecimento dos objetivos e do referencial teórico. O projeto encontra-se na fase de planejamento e desenvolvimento, com atividades como o detalhamento técnico, a elaboração do plano de trabalho e a atribuição de responsabilidades já finalizadas. O desenvolvimento de funcionalidades básicas, como os módulos de *login*, cadastro e visualização de dietas, está em andamento. O próximo marco relevante é a entrega parcial do projeto, que contemplará a documentação e um Produto Mínimo Viável (*MVP*) do aplicativo, prevista para 7 de maio de 2025. As etapas subsequentes incluem a implementação da *API* do *backend*, o desenvolvimento de funcionalidades avançadas como a "Roda Evolutiva" e a loja *online*, e, por fim, a realização de testes e otimizações. Espera-se que a aplicação resultante melhore significativamente o acompanhamento nutricional, ao prover ferramentas para o registro de dietas e o monitoramento da adesão, a visualização do progresso físico, a comunicação simplificada entre nutricionista e paciente, e uma plataforma integrada para a encomenda de produtos saudáveis. Tais funcionalidades visam solucionar os problemas identificados de gerenciamento remoto de pacientes e comunicação fragmentada. Até o momento, o projeto "NutriSabor" logrou êxito no estabelecimento de um planejamento detalhado, que inclui a clara definição de seu escopo, público-alvo (nutricionistas e seus respectivos pacientes), e as funcionalidades centrais da aplicação. A escolha de *React Native* como tecnologia principal para o desenvolvimento móvel, juntamente com uma infraestrutura de *backend* de suporte, foi consolidada. As fases iniciais de diagnóstico e planejamento foram concluídas com sucesso, e o desenvolvimento das características fundamentais do aplicativo está em progresso. O projeto avança conforme o cronograma estabelecido, tendo como próximo passo crucial a entrega de um *MVP*. O trabalho realizado até esta data



sinaliza a viabilidade da criação de uma ferramenta capaz de auxiliar efetivamente os nutricionistas na gestão de seus pacientes e de promover hábitos mais saudáveis entre os usuários. Contudo, as conclusões definitivas sobre o impacto da solução dependerão dos resultados obtidos nos testes e na implementação junto aos usuários-alvo.

Palavras-chave: nutrição; aplicativo móvel; *react native*; acompanhamento nutricional; saúde .

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FIELDING, R. T. *Architectural Styles and the Design of Network-based Software Architectures*. Doctoral dissertation, University of California, Irvine, 2000.

LOWDERMILK, T. *User-Centered Design: A Developer's Guide to Building User-Friendly Applications*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2013.

MARTIN, R. C. *Clean Architecture: A Craftsman's Guide to Software Structure and Design*. Boston: Prentice Hall, 2017.

NIELSEN, J. *Usability Engineering*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann, 1993.

NORMAN, D. A. *O Design do Dia a Dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

PRESSMAN, R. S. *Engenharia de Software: Uma Abordagem Profissional*. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2020.

REACT NATIVE. *Documentação Oficial*. Disponível em: <https://reactnative.dev/docs/getting-started>. Acesso em: 28 maio 2025.

SCHWABER, K.; SUTHERLAND, J. *O Guia do Scrum: O Guia Definitivo para o Scrum: As Regras do Jogo*. Scrum.org, Nov. 2020. Disponível em: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Brazilian-Portuguese.pdf>. Acesso em: 28 maio 2025.

SOMMERVILLE, I. *Engenharia de Software*. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.



WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *mHealth: New horizons for health through mobile technologies: second global survey on eHealth*. Geneva: WHO, 2011. (Global Observatory for eHealth series, v. 3).

ESCUDELARIO, Bruna; PINHO, Diego. *React Native: Desenvolvimento de Aplicativos Mobile com React*. 12. ed. São Paulo: Casa do Código, 2021.



APLICATIVO "RECRIAR ES": UMA SOLUÇÃO EM REACT NATIVE PARA GESTÃO COMUNITÁRIA E PROJETOS SOCIAIS

Profº Marcelo dos Santos Machado

Igor Santos de Oliveira

Alana das Neves de Almeida

Eric Mauro Da Silva Santos

Paulo Vitor de Medeiros

Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha

Este trabalho, desenvolvido no âmbito da disciplina ARA0089 Programação mobile Android, do curso análise e desenvolvimento de sistemas, da faculdade Estácio de Sá, polo Vila Velha, detalha o projeto "RECRIAR ES", que se concentra no desenvolvimento de um aplicativo móvel destinado a apoiar uma instituição na gestão de seus projetos sociais e no engajamento comunitário. A iniciativa visa solucionar problemáticas críticas identificadas, como o controle manual e frequentemente ineficiente de famílias e indivíduos cadastrados, dificuldades na organização de eventos e na gestão de doações (desde a coleta até a distribuição), a ausência de um sistema para gerenciamento de voluntários, desafios na localização de unidades da instituição, pontos de coleta e locais de ações ou eventos, bem como a falta de uma plataforma digital dedicada, tal como uma *landing page* ou mural, para a divulgação de projetos, campanhas, ações e para promover a transparência por meio da apresentação de resultados e prestação de contas. O objetivo primordial do projeto "RECRIAR ES" é aperfeiçoar significativamente a comunicação e a capacidade organizacional da instituição e da comunidade envolvida. Metas específicas incluem: a otimização de todo o ciclo de gestão de doações, com a opção de doações anônimas quando solicitado pelo doador; o estabelecimento de um controle eficaz das famílias e pessoas atendidas pelo projeto; a manutenção de um cadastro de voluntários atualizado e completo, detalhando suas disponibilidades e habilidades; a facilitação



da gestão integral de ações e projetos, incorporando geolocalização para diversas atividades como coleta de doações, armazenamento, distribuição e locais de eventos; e a criação de um mural digital eficaz para a comunicação de projetos, campanhas, ações e resultados, visando a prestação de contas. Resultados mensuráveis almejados compreendem o aumento do número de usuários do aplicativo, a elevação dos níveis de satisfação dos usuários, o incremento da participação em eventos e a redução do tempo de resposta administrativa. A fundamentação teórica do projeto está ancorada em diversas áreas chave do conhecimento: as dinâmicas de comunicação em comunidades *online*, os princípios da economia colaborativa, as metodologias para o desenvolvimento de aplicativos móveis utilizando *React Native*, e as práticas de desenvolvimento ágil de *software*. Estes conceitos norteiam o design e a implementação da aplicação, buscando fomentar uma interação eficaz, o compartilhamento de recursos e a execução eficiente dos projetos. A aplicação "RECRIAR ES" está sendo desenvolvida com a tecnologia *React Native*, com o apoio do *framework Expo* para otimizar o processo de desenvolvimento e implantação. A arquitetura do sistema inclui um *backend em Node.js*. Para o gerenciamento de dados, utiliza-se a *API Supabase* para a persistência de dados dos usuários. A navegação dentro do aplicativo é gerenciada pela biblioteca *React Navigation*, e o sistema de notificações *push* é implementado com *Expo Notifications*. O gerenciamento do projeto segue um plano de trabalho detalhado, que especifica atividades, responsáveis e prazos. Os *stakeholders* da comunidade são envolvidos ativamente por meio da participação em reuniões de *feedback*, testes de usabilidade da aplicação e contribuição com ideias e sugestões ao longo de todo o ciclo de desenvolvimento. O projeto "RECRIAR ES" teve início em 26 de março de 2025, com entregas chave que incluem uma submissão parcial de documentação e um Produto Mínimo Viável (MVP) até 07 de maio de 2025, e a entrega final da aplicação prevista para 27 de junho de 2025. A fase inicial de "Diagnóstico e Teorização" foi concluída em meados de abril de 2025, sucedida pela fase de "Planejamento e Desenvolvimento", finalizada no início de maio de 2025. Presentemente, o projeto



encontra-se na fase de "Detalhamento Técnico" (planejada de 06 de maio a 20 de junho de 2025), com foco no desenvolvimento e refinamento de funcionalidades como a gestão de doações com *cards* visuais e geolocalização de pontos de coleta, o cadastro de voluntários com rastreamento de habilidades e disponibilidade, e um mural dinâmico para anúncios com capacidade de filtragem. A aplicação visa centralizar informações, otimizar tarefas administrativas e ampliar o engajamento entre usuários, voluntários e a instituição. A implantação bem-sucedida do MVP permite a coleta de *feedback* precoce e melhorias iterativas, assegurando que o produto final enderece eficazmente os problemas identificados de controles manuais e comunicação fragmentada, resultando em uma execução de projetos mais eficiente e um maior impacto comunitário. Até o momento, o projeto "RECRIAR ES" superou com êxito suas fases iniciais, estabelecendo um escopo claro, definindo os requisitos dos usuários e desenvolvendo um Produto Mínimo Viável (MVP) dentro do prazo estipulado de 07 de maio de 2025. O conjunto tecnológico, centrado em *React Native* para o *frontend* móvel e *Node.js* para o *backend*, foi implementado para as funcionalidades centrais. O projeto avança presentemente através do desenvolvimento detalhado de funcionalidades avançadas, com foco no aprimoramento da gestão de doações, coordenação de voluntários e ferramentas de comunicação comunitária. A abordagem sistemática, combinada com o envolvimento planejado dos *stakeholders*, indica uma trajetória positiva para a entrega de uma solução integral que capacitará a instituição "RECRIAR ES" a gerenciar suas operações de forma mais eficaz e transparente, amplificando assim seu impacto social.

Palavras-chave: gestão social; aplicativo móvel; *react native*; doações; voluntariado; transparência



REFERÊNCIAS

FIELDING, R. T. *Architectural Styles and the Design of Network-based Software Architectures*. Doctoral dissertation, University of California, Irvine, 2000.

LOWDERMILK, T. *User-Centered Design: A Developer's Guide to Building User-Friendly Applications*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2013.

MARTIN, R. C. *Clean Architecture: A Craftsman's Guide to Software Structure and Design*. Boston: Prentice Hall, 2017.

NIELSEN, J. *Usability Engineering*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann, 1993.

NORMAN, D. A. *O Design do Dia a Dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

PRESSMAN, R. S. *Engenharia de Software: Uma Abordagem Profissional*. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2020.

REACT NATIVE. *Documentação Oficial*. Disponível em: <https://reactnative.dev/docs/getting-started>. Acesso em: 28 maio 2025.

SCHWABER, K.; SUTHERLAND, J. *O Guia do Scrum: O Guia Definitivo para o Scrum: As Regras do Jogo*. Scrum.org, Nov. 2020. Disponível em: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Brazilian-Portuguese.pdf>. Acesso em: 28 maio 2025.

SOMMERVILLE, I. *Engenharia de Software*. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *mHealth: New horizons for health through mobile technologies: second global survey on eHealth*. Geneva: WHO, 2011. (Global Observatory for eHealth series, v. 3).



PROJETO DE EXTENSÃO: A FORMA DE GESTÃO DO INSTITUTO ZOE

Profª Roberta de Carvalho Borba
Ana Cláudia Pereira Simões Carvalho
Carlos Eduardo Lopes Gaudio
Cybelle Leite da Silva
Egmar Facini Junior
Juliana Serafim Porto
Rebeca Feu de Souza Xavier
Taynara Schinaider Posse
Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha

Introdução: Este trabalho apresenta uma ação extensionista realizada no Instituto Zoe, analisando suas práticas de gestão, diante do problema objeto da pesquisa: dificuldade do Terceiro Setor para captação de recursos e subutilização das redes sociais. Por meio de diagnóstico, plano de ação e acompanhamento, buscou-se fortalecer as práticas da instituição com base em fundamentos jurídicos e antropológicos, na perspectiva de promover sua sustentabilidade e melhor integração com a comunidade. **Objetivos:** Fomentar as chances de captação de recursos para a manutenção e continuidade do projeto, utilizando como ferramentas o desenvolvimento de suas mídias sociais, para que alcancem maior público e a orientação jurídica e operacional para a solução de problemas burocráticos.

Referencial Teórico: A Construção de um projeto extensionista voltado para a atuação no Terceiro Setor envolve não apenas aspectos técnicos, mas também fundamentos teóricos e legais que permeiam o campo social, jurídico e institucional. Nesse sentido, utilizamos autores clássicos de ramos variados, como Montesquieu, Rousseau e Miguel Reale contribuem para a compreensão da sociologia em si, da função social e das desigualdades sociais, bem como Sposati (2011), Zarpelon (2006) e Otero (2012), que somam à nossa pesquisa com olhar de gestão com foco em



resultados sociotransformadores. Também utilizamos como referencial jurídico, o Código Civil (2002), o Marco Regulatório do Terceiro Setor (2014) e a Lei Pelé (1998), que trazem os parâmetros legais de funcionamento adequado de uma entidade sem fins lucrativos do ramo esportivo. Em relação aos aspectos sociológicos, segundo Miguel Reale (1994) fala brevemente em seu livro lições preliminares de direito, que a sociologia tem por finalidade o estudo do fatio social, que em sua estrutura e funcionalidade busca entender como os seres humanos se organizam e desenvolvem em grupos etc. Jean-Jacques Rousseau (1762) afirma que, ao formar o contrato social, cada individuo submete sua vontade e capacidades à vontade geral, passando a integrar um corpo coletivo em que todos são partes indivisíveis de um todo. Essa concepção reforça a importância da participação ativa dos cidadãos da construção de uma sociedade mais justa e integrada, baseando-se no compromisso com o bem comum. **Metodologia:** As metodologias adotadas no trabalho envolveram visita técnica ao Instituto Zoe para coleta de dados e observação direta, seguida de um diagnóstico situacional (marco zero), demonstrando aspectos qualitativos e quantitativos, com foco na captação de recursos/gestão e uso de mídias sociais. A partir das fragilidades identificadas, foi elaborado e executado um plano de ação. **Resultados e Discussão:** O Projeto extensionista permitiu identificar as fragilidades, principalmente relacionadas á documentação e ausência de estratégias definidas, sendo identificado: estatuto social necessitava de 55% de ajuste em seu texto; dentre as alternativas de captação de recursos pesquisadas, o Instituto utilizava somente 56%; em relação à documentação jurídica/fiscal necessária esta estava 100% irregular; em relação à seis boas práticas de gestão no Terceiro Setor analisadas a instituição adotava apenas 33%. A partir do diagnóstico, foram propostas ações como capacitação, adequação legal e planejamento estratégico no uso das mídias sociais. A Avaliação pós-intervenção apontou avanços, com destaque para a maior consciência da equipe gestora. Os resultados reforçam a relevância das ações extensionistas na promoção do desenvolvimento institucional e no fortalecimento da relação entre universidade e comunidade. **Conclusões:** A realização do projeto



extensionista no Instituto Zoe demonstrou a efetividade da integração entre o conhecimento acadêmico e a realidade prática de organizações de Terceiro Setor. Com base nos fundamentos antropológicos, jurídicos, administrativos e sociológicos, foi possível compreender o contexto institucional, identificar suas principais demandas e propor intervenções concretas voltadas à melhoria da captação de recursos e do uso estratégico das mídias sociais. Conclui-se que o trabalho contribuiu não apenas para o fortalecimento institucional do Instituto Zoe, mas também para a formação crítica e cidadã dos estudantes envolvidos, reafirmando o papel social da universidade como agente transformador na promoção do desenvolvimento local.

Palavras-chave: terceiro setor; captação de recursos; mídias sociais; projeto extensionista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014.** Brasília, DF: Presidência da República, 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13019.htm]. Acesso em: [27/05/2025].

BRASIL. **Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998.** Brasília, DF: Presidência da República, 1998. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9615consol.htm]. Acesso em: [27/05/2025].

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: (https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis//2002/L10406compilada.htm). Acesso em: [27/05/2025].

OTERO, Martina Rillo. **Contexto e prática da avaliação de iniciativas sociais no Brasil:** temas atuais. São Paulo: Editora Peirópolis, 2012.

REALE, Miguel. Lições **Preliminares de direito.** São Paulo: Saraiva, 1994.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do contrato social.** Barueri: Camelot Editora, 1762.

SPOSATI, Aldaíza. **Proteção social de cidadania.** São Paulo: Cortez Editora, 2011.



ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.