

Universidade Estácio de Sá

Campus Nova América

TÍTULO DO PROJETO DE EXTENSÃO

Bar da Fabi

Nome do(s) discente(s) integrantes do grupo

Donny Camilo

Claudio Rivas

Marllon Pereira

Jayme Ricardo

Andressa Da Fonseca

Nome do(a) professor(a) orientador

Professor(a) Lucas Antunes Floriano

2023

Rio de Janeiro/RJ

Sumário

1. DIAGNÓSTICO E TEORIZAÇÃO
 - 1.1. Identificação das partes interessadas e parceiros
 - 1.2. Problemática e/ou problemas identificados
 - 1.3. Justificativa
 - 1.4. Objetivos/resultados/efeitos a serem alcançados (em relação ao problema identificado e sob a perspectiva dos públicos envolvidos)
 - 1.5. Referencial teórico (subsídio teórico para propositura de ações da extensão)
2. PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO
 - 2.1. Plano de trabalho (usando ferramenta acordada com o docente)
 - 2.2. Descrição da forma de envolvimento do público participante na formulação do projeto, seu desenvolvimento e avaliação, bem como as estratégias pelo grupo para mobilizá-los.
 - 2.3. Grupo de trabalho (descrição da responsabilidade de cada membro)
 - 2.4. Metas, critérios ou indicadores de avaliação do projeto
 - 2.5. Recursos previstos
3. ENCERRAMENTO DO PROJETO
 - 3.1. Relatório Coletivo (podendo ser oral e escrita ou apenas escrita)
 - 3.2. Avaliação de reação da parte interessada
 - 3.3. Relato de Experiência Individual

1. DIAGNÓSTICO E TEORIZAÇÃO

1.1. Identificação das partes interessadas e parceiros

Nome: Fabiana da Silva Machado

Idade: 48

Gênero: Mulher

Etnia: Pardo

Escolaridade: Ensino médio completo

Renda mensal: R\$6.500,00



1.2. Problemática e/ou problemas identificados

Foi observada uma questão relacionada à quantidade média de clientes em um pequeno bar situado numa praça. Após uma série de conversas, ficou claro que o bar enfrenta desafios consideráveis para atrair clientes regulares, especialmente nos dias úteis da semana.

1.3. Justificativa

Este projeto visa superar desafios financeiros e pessoais de um pequeno bar, atraindo clientes regulares e melhorando a qualidade de vida da proprietária.

1.4. Objetivos/resultados/efeitos a serem alcançados (em relação ao problema identificado e sob a perspectiva dos públicos envolvidos)

O objetivo deste projeto é criar estratégias para atrair mais clientes através de marketing digital.

1.5. Referencial teórico (subsídio teórico para propositura de ações da extensão) A perguntar

A teoria de Maslow, abordando a Hierarquia das Necessidades, orienta a estruturação das ações do projeto, reconhecendo as diversas necessidades dos clientes, das básicas às de autorrealização. Kotler, renomado no marketing de hospitalidade, contribui com estratégias de marketing, incluindo segmentação de mercado, promoções e relacionamento, para atrair e reter clientes. Paralelamente, a gestão eficaz de custos em hotelaria e restaurantes, representada pela obra "Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Controls," é crucial para a sustentabilidade financeira do bar, abordando controle de custos e precificação estratégica. Essas referências teóricas embasam a melhoria do estabelecimento.

2. PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.1. Plano de trabalho (usando ferramenta acordada com o docente)

Objetivo Geral: Aumentar a frequência de clientes no Pequeno Bar, aumentando sua sustentabilidade econômica.

Ação Organização de Noites Temáticas

Pesquisar os interesses na região.

Programar noites temáticas: Planejar noites temáticas regulares com base nas preferências da comunidade. Por exemplo, noites de karaokê, noites de música ao vivo.

Marketing local: Promover essas noites temáticas por meio de redes sociais e boca a boca.

Prazo no mínimo 10 dias

Ação Promoções Especiais

Estratégia de preços: Implementar promoções especiais, como "Compre 2 Choppes, Pague 1", em determinados dias da semana, com foco nos dias mais fracos de atendimento.

Happy hours: Oferecer happy hours com descontos em bebidas e aperitivos em horários estratégicos, para atrair clientes após o trabalho.

Prazo pode ser aplicado imediatamente

Ação Marketing

Redes sociais: Manter presença ativa nas redes sociais para divulgar eventos, promoções e interagir com os clientes.

Prazo pode ser aplicado imediatamente

2.2. Descrição da forma de envolvimento do público participante na formulação do projeto, seu desenvolvimento e avaliação, bem como as estratégias pelo grupo para mobilizá-los.

Pesquisa e Feedback Inicial: Inicialmente, será conduzida uma pesquisa junto aos clientes regulares e à proprietária do bar. Essa pesquisa terá como objetivo coletar informações sobre suas preferências, desafios enfrentados e sugestões para melhorar o estabelecimento. Além disso, será solicitado feedback constante ao longo do projeto para garantir que suas vozes sejam ouvidas.

Participação Ativa em Eventos e Promoções: Os clientes regulares serão incentivados a participar ativamente em noites temáticas e promoções especiais. Isso não apenas atrairá seu envolvimento, mas também criará um senso de pertencimento à comunidade do bar.

Avaliação Contínua e Ajustes: A avaliação contínua do projeto será conduzida com a participação ativa dos envolvidos. Serão realizadas reuniões periódicas para discutir o progresso, os resultados e os ajustes necessários com base no feedback recebido.

2.3. Grupo de trabalho (descrição da responsabilidade de cada membro)

Claudio Rivas e Donny Camillo Organizar as Promoções especiais
Jayme Ricardo, Marllon Pereira e Andressa Da Fonseca Gestão de Marketing

2.4. Metas, critérios ou indicadores de avaliação do projeto

Uma de nossas metas é atrair mais clientes para o bar para isso utilizaremos marketing em redes sociais e promoções dos produtos em dias específicos para poder atrair mais pessoas para o bar.

2.5. Recursos previstos

Pessoas qualificadas para organização de eventos e gestão de marketing do estabelecimento.

Na ação de marketing em redes sociais os recursos previstos são um celular.

2.6. Detalhamento técnico do projeto

```
import matplotlib.pyplot as plt
import numpy as np
```

```
# Dados meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro', 'Outubro']
cerveja = [1037, 3127, 758, 1045]
outros_alimentos = [567, 627, 498, 472]
```

```
# Criar o gráfico de colunas
barWidth = 0.35
r1 = np.arange(len(meses))
r2 = [x + barWidth for x in r1]
```

```
plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barWidth, edgecolor='grey', label='Cerveja')
plt.bar(r2, outros_alimentos, color='lightgreen', width=barWidth, edgecolor='grey', label='Outros Alimentos')
```

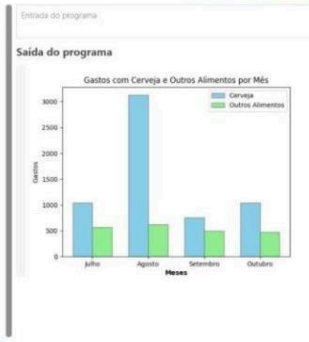
```
# Adicionar rótulos, título e legenda
plt.xlabel('Meses', fontweight='bold')
plt.xticks([r + barWidth/2 for r in range(len(meses))], meses)
plt.ylabel('Gastos')
plt.title('Gastos com Cerveja e Outros Alimentos por Mês')
plt.legend()
```

```
# Exibir o gráfico plt.show()
```

```
import matplotlib.pyplot as plt
```

```
# Dados meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro', 'Outubro']
```

```
1 import matplotlib.pyplot as plt
2 import numpy as np
3
4 # Dados
5 meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro', 'Outubro']
6 cerveja = [1037, 3127, 758, 1045]
7 outros_alimentos = [567, 627, 498, 472]
8
9 # Criar o gráfico de barras
10 barwidth = 0.35
11 r1 = np.arange(len(meses))
12 r2 = [x + barwidth for x in r1]
13
14 plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Cerveja')
15 plt.bar(r2, outros_alimentos, color='lightgreen', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Outros Alimentos')
16
17 # Adicionar rótulos, título e legenda
18 plt.xlabel('Meses', fontweight='bold')
19 plt.xticks([r + barwidth/2 for r in range(len(meses))], meses)
20 plt.ylabel('Gastos')
21 plt.title('Gastos com Cerveja e Outros Alimentos por Mês')
22 plt.legend()
23
24 # Exibir o gráfico
25 plt.show()
26
```



```
cerveja = [1.037, 3.127, 7.58, 1.045]
```

```
outros_alimentos = [567, 627, 498, 472]
```

```
# Criar o gráfico redondo plt.figure(figsize=(10, 8))
```

```
plt.pie(cerveja, labels=meses, autopct='%1.1f%%', startangle=140, colors=['skyblue',  
'lightgreen', 'lightcoral', 'lightsalmon'], explode=(0.1, 0, 0, 0))
```

```
plt.title('Gastos com Cerveja por Mês')
```

```
# Exibir o gráfico plt.show()
```

```
# Criar o gráfico redondo para "outros alimentos" plt.figure(figsize=(10,
8))

plt.pie(outros_alimentos, labels=meses, autopct='%1.1f%%', startangle=140,
colors=['skyblue', 'lightgreen', 'lightcoral', 'lightsalmon'], explode=(0.1, 0, 0, 0))

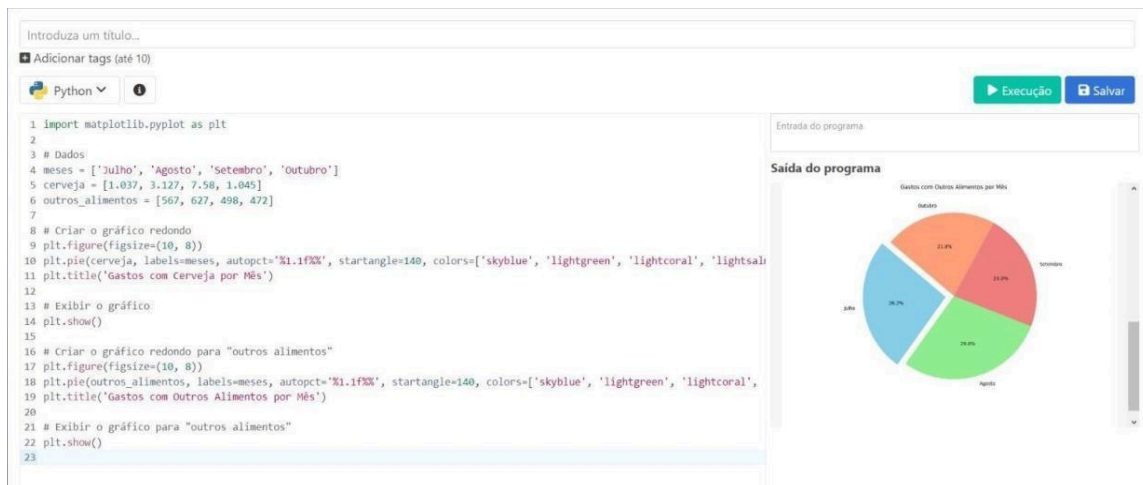
plt.title('Gastos com Outros Alimentos por Mês')
```

```
# Exibir o gráfico para "outros alimentos"
```

```
plt.show()
```

```
import matplotlib.pyplot as
```

```
plt import numpy as np
```



```
# Dados meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro',
```

```
'Outubro'] cerveja = [1037, 3127, 758, 1045]
```

```
outros_alimentos = [567, 627, 498, 472]
```


Criar o gráfico de colunas

empilhadas barWidth = 0.4 r1 =

np.arange(len(meses))

r2 = [x + barWidth for x in r1]

plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barWidth, edgecolor='grey', label='Cerveja')

plt.bar(r2, outros_alimentos, color='lightgreen', width=barWidth, edgecolor='grey', label='Outros Alimentos')

Adicionar rótulos, título e legenda

plt.xlabel('Meses', fontweight='bold') plt.xticks([r +
barWidth/2 for r in range(len(meses))], meses)

plt.ylabel('Gastos') plt.title('Gastos com Cerveja e Outros
Alimentos por Mês') plt.legend()

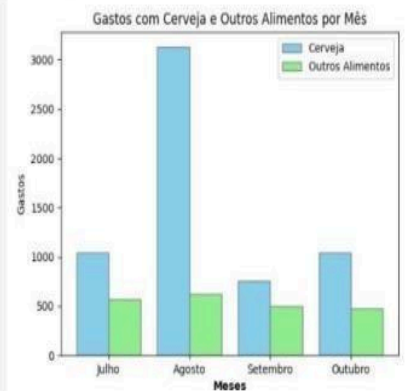
Exibir o gráfico

plt.show()

```
1 import matplotlib.pyplot as plt
2 import numpy as np
3
4 # Dados
5 meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro', 'Outubro']
6 cerveja = [1037, 3127, 758, 1045]
7 outros_alimentos = [567, 627, 498, 472]
8
9 # Criar o gráfico de colunas empilhadas
10 barwidth = 0.4
11 r1 = np.arange(len(meses))
12 r2 = [x + barwidth for x in r1]
13
14 plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Cerveja')
15 plt.bar(r2, outros_alimentos, color='lightgreen', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Outros Alimentos')
16
17 # Adicionar rótulos, título e legenda
18 plt.xlabel('Meses', fontweight='bold')
19 plt.xticks([r + barwidth/2 for r in range(len(meses))], meses)
20 plt.ylabel('Gastos')
21 plt.title('Gastos com Cerveja e Outros Alimentos por Mês')
22 plt.legend()
23
24 # Exibir o gráfico
25 plt.show()
26
```

Entrada do programa

Saída do programa



```

import matplotlib.pyplot as plt

import numpy as np

# Dados meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro',
'Outubro'] cerveja = [1515, 4345, 1061, 1410]
outros_alimentos = [714, 808, 657, 585]
lucro_percentual = [45, 39, 40, 35]

# Calcular o lucro em termos monetários lucro = [c * (p /
100) for c, p in zip(cerveja, lucro_percentual)] # Criar o
gráfico de colunas barWidth = 0.25 r1 =
np.arange(len(meses))
r2 = [x + barWidth for x in r1]
r3 = [x + barWidth for x in r2]

plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barWidth, edgecolor='grey', label='Cerveja') plt.bar(r2,
outros_alimentos, color='lightgreen', width=barWidth, edgecolor='grey',
label='Outros Alimentos') plt.bar(r3, lucro, color='coral', width=barWidth, edgecolor='grey',
label='Lucro')

# Adicionar rótulos, título e legenda plt.xlabel('Meses',
fontWeight='bold') plt.xticks([r + barWidth for r in
range(len(meses))], meses) plt.ylabel('Valores')
plt.title('Ganhos por Mês (Cerveja, Outros Alimentos e
Lucro)') plt.legend() plt.show()

```

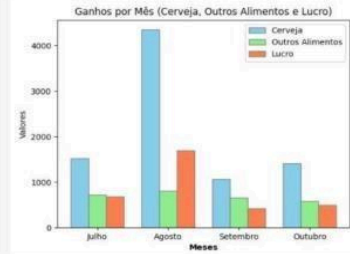
```

1 import matplotlib.pyplot as plt
2 import numpy as np
3 # Dados
4 meses = ['Julho', 'Agosto', 'Setembro', 'Outubro']
5 cerveja = [1515, 4345, 1061, 1410]
6 outros_alimentos = [714, 808, 657, 585]
7 lucro_percentual = [45, 39, 40, 35]
8
9 # Calcular o lucro em termos monetários
10 lucro = [c * (p / 100) for c, p in zip(cerveja, lucro_percentual)]
11 # Criar o gráfico de colunas
12 barwidth = 0.25
13 r1 = np.arange(len(meses))
14 r2 = [x + barwidth for x in r1]
15 r3 = [x + barwidth for x in r2]
16
17 plt.bar(r1, cerveja, color='skyblue', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Cerveja')
18 plt.bar(r2, outros_alimentos, color='lightgreen', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Outros Alimentos')
19 plt.bar(r3, lucro, color='coral', width=barwidth, edgecolor='grey', label='Lucro')
20
21 # Adicionar rótulos, título e legenda
22 plt.xlabel('Meses', fontweight='bold')
23 plt.xticks([r + barwidth for r in range(len(meses))], meses)
24 plt.ylabel('Valores')
25 plt.title('Ganhos por Mês (Cerveja, Outros Alimentos e Lucro)')
26 plt.legend()
27 plt.show()

```

Entrada do programa

Saída do programa



Site das promoções

Promoção de Caipirinha
Data: 15 de Novembro
Valor: De R\$ 13,50 por R\$ 9,40

Cerveja em Dobro
Data: 20 de Novembro
Compre uma e ganhe outra de graça
Valor: R\$ 0,00

Promoção Cerveja lata
Data: Todas as Sábados
Valor: De R\$ 8,00 por R\$ 6,50

Promoção Cerveja 330ml
Data: Finais de Semana
Na compra de 3 Cervejas 330ml ganhe a 4 de graça
Valor: R\$ 9,80

Batata + Bebida
Data: De 1 de Dezembro a 7 de Dezembro
Compre um porção de batata frita e ganhe um lata de cerveja
Valor: R\$ 15,00

Promoção Salgadinhos
Data: Finais de Semana
Valor: De R\$ 16,00 por R\$ 14,00

© 2023 Bar da Fabia. Todos os direitos reservados.

3. ENCERRAMENTO DO PROJETO

3.1. Relato Coletivo:

O projeto demonstrou um impacto significativo na comunidade, evidenciado pelo aumento substancial no número de clientes regulares do bar. A implementação de noites temáticas e promoções especiais atraiu um público mais diversificado, revitalizando efetivamente a vida social da praça. Além disso, a proprietária do bar relatou uma melhoria notável em sua situação financeira, ressaltando a eficácia da gestão de custos. A interação ativa nas redes sociais fortaleceu o relacionamento com os clientes, gerando maior envolvimento e valorização por parte deles. A formação de grupos de trabalho e a distribuição de responsabilidades promoveram a organização e o comprometimento da comunidade com o sucesso do bar. A avaliação contínua e a adaptação com base no feedback foram cruciais para

aprimorar o projeto, destacando nossa abordagem de aprendizado contínuo e a disposição para ouvir as vozes da comunidade. No geral, o projeto alcançou com êxito seus objetivos socio comunitários, beneficiando a comunidade, promovendo o sucesso financeiro do bar e fortalecendo sua conexão com a comunidade.

3.1.1. Avaliação de reação da parte interessada

O projeto teve um impacto notável no meu bar. As estratégias, como noites temáticas e promoções, aumentaram significativamente a clientela, melhorando a saúde financeira do estabelecimento. A interação nas redes sociais fortaleceu o relacionamento com os clientes, criando uma atmosfera acolhedora. A formação de grupos de trabalho mostrou que não estou sozinha nesse esforço, e o projeto me incentivou a manter uma mentalidade de aprendizado contínuo. No geral, estou satisfeita com os resultados e ansiosa para continuar essa jornada de sucesso.

3.2. Relato de Experiência Individual (Pontuação específica para o relato individual)

Marllon Pereira: O projeto teve um impacto notável na comunidade, com um aumento visível no número de clientes regulares do bar. Isso demonstra que nossas ações foram bem-sucedidas em atrair um público diversificado, cumprindo o objetivo de revitalizar a vida social da praça.

Donny Camillo: As noites temáticas e promoções especiais foram particularmente eficazes em atrair um público mais amplo. Além disso, a proprietária do bar relatou uma melhoria significativa em sua situação financeira, o que ressalta a importância da gestão de custos.

Jayme Ricardo: A dona do bar elogiou o projeto, que impulsionou as vendas e aprimorou a experiência dos clientes.

Claúdio Rivas: A organização deste projeto foi eficaz, com cada membro desempenhando suas funções designadas de maneira adequada. Entretanto, deparamo-nos com um desafio substancial durante a execução devido à limitada disponibilidade de dados para coleta sendo que nossa principal fonte de dados foi constituída pelas notas fiscais das compras de estoque do bar.

Andressa: Avaliar continuamente o projeto e adaptar as estratégias com base no feedback foi crucial. Isso demonstra nossa abordagem de aprendizado contínuo e disposição para ouvir as vozes da comunidade.



3.2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

O projeto em questão teve início diante dos desafios enfrentados por um pequeno bar. Estes desafios não se limitavam apenas à sua sustentabilidade financeira, mas também tinham impactos pessoais significativos na proprietária. A dificuldade em atrair clientes regulares, especialmente nos dias úteis, afetava diretamente a renda do bar e, por consequência, a qualidade de vida da proprietária.

3.2.2. METODOLOGIA

A experiência ocorreu principalmente no bar localizado na praça central da comunidade, com extensões para as redes sociais do estabelecimento. Os principais participantes incluíram a proprietária do bar, os clientes regulares, membros da comunidade e grupos de trabalho. A experiência abrangeu várias semanas, desde a identificação dos desafios até a implementação das ações, seguida pela avaliação contínua e ajustes.

- **Identificação dos Desafios:** A primeira etapa envolveu uma análise aprofundada dos desafios enfrentados pelo bar, incluindo a dificuldade em atrair clientes regulares e os impactos financeiros na proprietária.
- **Formulação das Estratégias:** Com base nos desafios identificados, o grupo elaborou estratégias, como noites temáticas, promoções especiais e uma forte presença nas redes sociais, com o objetivo de melhorar o desempenho do bar.
- **Implementação das Ações:** As estratégias foram postas em prática. Noites temáticas foram organizadas, promoções especiais foram lançadas e as redes sociais do bar se tornaram ativas com interações regulares com os clientes.
- **Envolvimento da Comunidade:** Membros da comunidade participaram ativamente em grupos de trabalho, contribuindo para as diversas atividades. O envolvimento da comunidade desempenhou um papel vital no sucesso do projeto.
- **Avaliação Contínua:** Durante toda a experiência, houve uma avaliação constante das ações implementadas. Os resultados foram analisados, e os ajustes necessários foram feitos com base no feedback dos clientes e nas mudanças nas condições do mercado.

- Resultados e Impacto: Os resultados da experiência incluíram um aumento na clientela, melhoria na situação financeira do bar e um maior senso de comunidade em torno do estabelecimento.

3.2.3. RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Expectativa: No início da experiência, a expectativa era a de que as estratégias planejadas, como noites temáticas, promoções e interações nas redes sociais, pudessem atrair um público mais diversificado e, conseqüentemente, melhorar o desempenho financeiro do bar.

O Vivido: Durante a experiência, testemunhamos a implementação das estratégias planejadas. Noites temáticas foram organizadas, promoções especiais foram lançadas e a interação nas redes sociais se tornou uma prática regular. Os clientes regulares participaram ativamente, e grupos de trabalho se formaram para apoiar essas atividades.

Resultados da Experiência: Os resultados foram notáveis. O número de clientes regulares aumentou significativamente, especialmente nos dias úteis, o que melhorou a saúde financeira do bar. O relacionamento com os clientes se fortaleceu, criando um ambiente acolhedor e uma atmosfera comunitária em torno do estabelecimento.

Sentimentos e Descobertas/Aprendizagens: O sentimento predominante foi de satisfação e realização. Aprendemos que a colaboração com a comunidade é fundamental para o sucesso de um projeto como este. Também percebemos a importância da adaptabilidade, pois ajustes regulares com base no feedback foram necessários.

Facilidades e Dificuldades: As facilidades incluíram o entusiasmo dos clientes e a disposição dos membros da comunidade em se envolver ativamente. No entanto, enfrentamos dificuldades, como a necessidade de lidar com a concorrência e manter a motivação da equipe ao longo do projeto.

Recomendações: Recomendamos manter a abordagem colaborativa, continuar a avaliação contínua e garantir que as estratégias se adaptem às mudanças nas necessidades e preferências dos clientes. Também é crucial manter um equilíbrio entre as atividades online e offline para manter o senso de comunidade e atração de clientes.

3.2.4. REFLEXÃO APROFUNDADA

Experiência Viva: A experiência prática durante a melhoria do bar foi repleta de desafios, aprendizados e satisfações. Implementar as estratégias propostas, como noites temáticas e promoções, envolveu uma considerável dose de criatividade e adaptação às necessidades dos

clientes. A interação ativa nas redes sociais provou ser uma ferramenta poderosa para envolver os clientes e manter a comunicação.

Comparação com a Teoria: A teoria apresentada no relato coletivo, como a Hierarquia das Necessidades de Maslow e as estratégias de marketing de Philip Kotler, forneceu uma base sólida para nossas ações. A teoria de Maslow nos lembrou da importância de atender às diferentes necessidades dos clientes, e as estratégias de marketing de Kotler foram aplicadas com sucesso para atrair e reter clientes na indústria da hospitalidade. No entanto, a experiência também destacou a necessidade de adaptação constante e de ouvir atentamente o feedback dos clientes. A teoria forneceu um guia, mas a realidade da operação do bar trouxe desafios únicos que exigiram soluções criativas e ajustes regulares. A aprendizagem mais valiosa foi a importância da participação ativa da comunidade. Os grupos de trabalho formados por membros da comunidade desempenharam um papel crucial na implementação das estratégias. A teoria não havia enfatizado o impacto positivo da colaboração da comunidade, mas a experiência mostrou que isso foi fundamental para o sucesso do projeto.

Portanto, enquanto a teoria forneceu uma base sólida, a experiência prática trouxe nuances e lições adicionais que enriqueceram nosso entendimento e abordagem na melhoria do bar. A combinação de teoria e prática provou ser uma estratégia eficaz na resolução dos desafios enfrentados.

3.2.5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há diversos outros aspectos que podem ser trabalhados em colaboração com a parte interessada, e perspectivas para futuros trabalhos tanto na extensão quanto na pesquisa: Aprofundamento nas Noites Temáticas: Pode-se explorar uma variedade mais ampla de noites temáticas para atender a diversas preferências da clientela. Isso envolve pesquisa de tendências e análise das preferências da comunidade e Soluções Tecnológicas Alternativas: Explorar soluções tecnológicas, como aplicativos de fidelidade, pagamentos móveis ou pedidos online, para aprimorar a experiência do cliente e a eficiência operacional.

CARTA DE APRESENTAÇÃO

Vamos por aqui apresentar o grupo de acadêmicos da Universidade Estado de São Paulo - UNESA, estado de São Paulo, a fim de convidá-lo a participar de uma atividade acadêmica associada à disciplina TÓPICOS DE BIG DATA EM PYTHON sob responsabilidade do Prof. Lucas Antonio Floriano.

Em conformidade ao Plano Nacional de Educação e demais normativas educacionais vigentes, a Universidade Estado de São Paulo - UNESA desenvolve atividades acadêmicas que, norteadas pela metodologia de aprendizagem baseada em projetos, tem por princípios fundantes o diagnóstico das necessidades/interesses/necessidades, a participação ativa dos interessados/participantes, a construção dialógica, coletiva e experiencial em contextos reais, o planejamento de ações, o desenvolvimento e avaliação das ações, a sistematização dos conhecimentos, a avaliação das ações desenvolvidas.

Nesse contexto, a disciplina acima mencionada tem como principal eixo os temas relacionados à BIG DATA, com foco em aplicações em python.

Sendo assim, pedimos o apoio dessa organização/instituição/associação/etc., que seja caracterizada de parte interessada, para a realização das seguintes atividades: diagnosticar, analisar, identificar, implementar, avaliar ou qualquer outra metodologia de estudo de caso que ajude no desenvolvimento das competências de nossos acadêmicos e ao mesmo tempo possa contribuir para a comunidade em que estamos inseridos.

Como se trata de atividade de ensino/aprendizagem de caráter acadêmico, prevista no Projeto Pedagógico do Curso, salientamos que:

- não há cobrança de remuneração de qualquer natureza por parte da Universidade Estado de São Paulo, aos alunos ou o docente da disciplina, à parte interessada;
- as atividades desenvolvidas no âmbito do projeto acadêmico não configuram relação de trabalho entre os alunos e o docente da Universidade Estado de São Paulo - UNESA disciplina TÓPICOS DE BIG DATA EM PYTHON, e a parte interessada;
- os resultados do projeto só poderão ser implantados para uso efetivo mediante Avaliação de Responsabilidade Técnica de um profissional habilitado;
- os resultados do projeto podem ser implantados pela parte interessada para fins acadêmicos, sem a necessidade de pagamento de qualquer benefício aos alunos, ao docente da disciplina e à Universidade Estado de São Paulo - UNESA;
- quaisquer custos relativos à implantação e operação contínuas do projeto fora do escopo das atividades do presente projeto serão arcados pela parte interessada.

- Poderá ser solicitado à parte interessada o compartilhamento de dados (relacionados à atividade acadêmica durante o desenvolvimento do projeto em BIG DATA, e nunca aos dados pessoais).

Apresentamos a oportunidade e solicitamos que, em caso de aceite, seja formalizado, mediante assinatura de Carta de Autorização, as atividades e informações que o(s) cliente(s) poder(ão) se apoiar.

Onde já nos colocamos à sua disposição para quaisquer esclarecimentos. Professor Lucas Antonio Floriano: 08520-4003 e/ou lucas.floriano@unesp.br e
 1

| Grupo de alunos |
|--|
| <p>Gláucia Nova Monteiro Matrícula: 20200999735</p> |
| <p>Daniely Cavaleiro Pedreira de Souza Matrícula: 202007152738</p> |
| <p>Marlene Pereira de Souza Pedro Matrícula: 202001418094</p> |
| <p>Rafaelina de Fátima Dória Matrícula: 20210862701</p> |
| <p>Isabela Ricardo de Souza Borges Matrícula: 202001784088</p> |

Assinaturas:

Lucas Antonio Floriano

Lucas Antonio Floriano
Docente da disciplina: TÓPICOS DE BIG DATA EM PYTHON
Semestre: 2023.1
Matrícula: 19641417

Silvana da Silva machado
coordenadora

Em de Junho, de 2023.