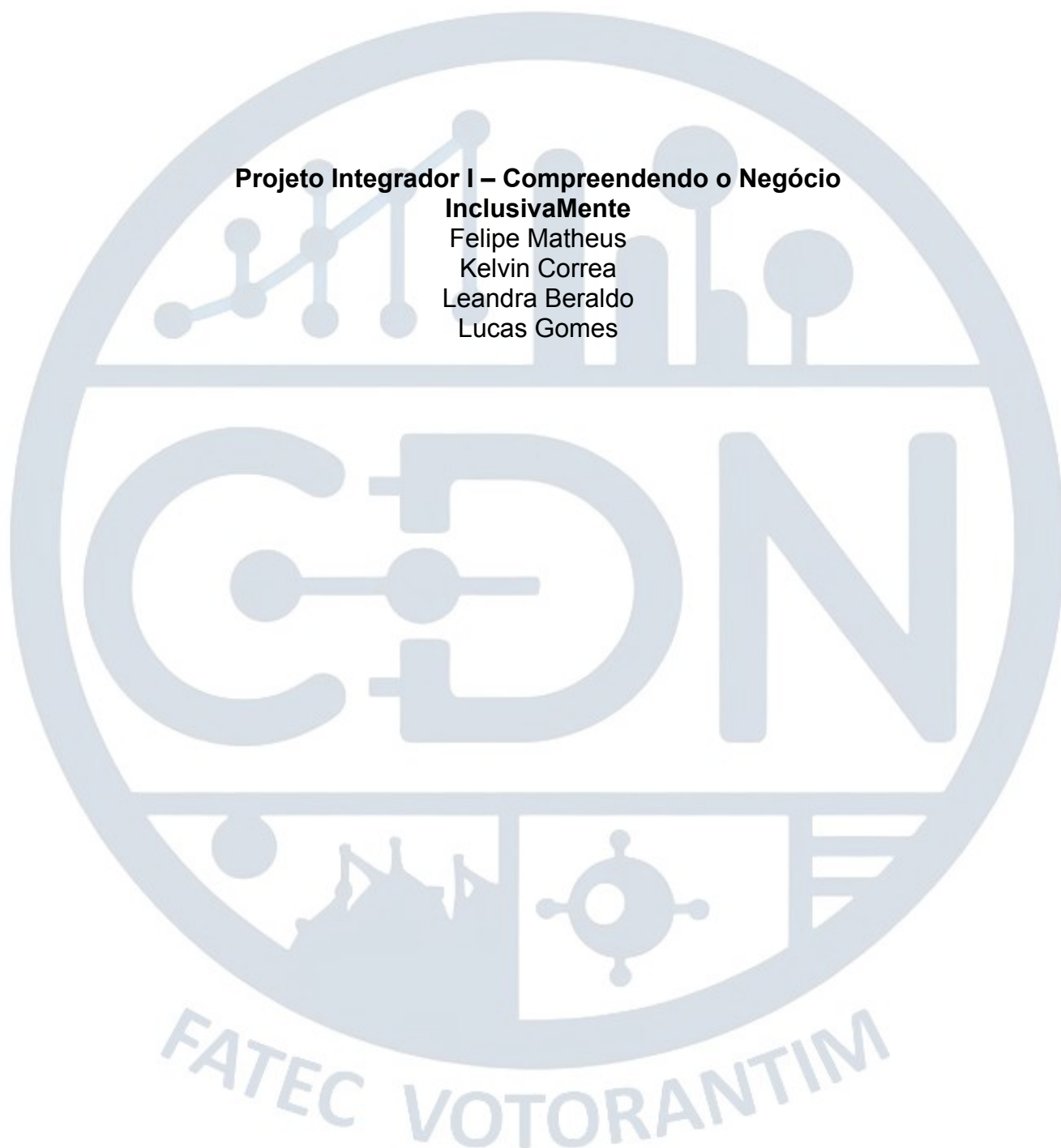


**Centro Paula Souza**  
**Faculdade de Tecnologia de Votorantim**  
Curso de Ciência de Dados para Negócios

**Projeto Integrador I – Compreendendo o Negócio**

**InclusivaMente**

Felipe Matheus  
Kelvin Correa  
Leandra Beraldo  
Lucas Gomes



## Sumário

### **1. NEGÓCIOS E ORGANIZAÇÕES1**

#### **1.1 Definição da empresa1**

##### **1.1.1 Missão, Visão e Valores2**

#### **1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo3**

#### **1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes3**

##### **1.3.1 Análise do Mercado3**

##### **1.3.2 Perfil do Cliente:4**

#### **1.4 Análise Swot4**

##### **1.4.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento4**

##### **1.4.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento5**

##### **1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria6**

##### **1.4.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa7**

##### **Mapeamento de Risco8**

### **2. ALGORITMO E ESTRUTURA DE DADOS9**

### **3. MATEMÁTICA APLICA A CIÊNCIA DE DADOS DA COMPUTAÇÃO9**

#### **3.2 Operações de Conjuntos10**

### **4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo10**

#### **4.1 História10**

#### **4.2 Perfil Comportamental11**

#### **4.3 Valores11**

#### **4.4 Lema da Empresa11**

#### **4.5 Código de Ética11**

#### **4.6 Pilares da Cultura da Empresa12**

#### **4.7 Definição dos Objetivos12**

##### **4.7.1 Objetivos Quantitativos12**

##### **4.7.2 Objetivos Qualitativos13**

## 5. PROJECT MODEL CANVAS<sup>13</sup>

### Referências<sup>14</sup>



## **Projeto Integrador I:**

### **Exploração Inicial de Dados para Compreensão do Negócio**

#### **Fase 1 – Definição da Empresa**

## **1. NEGÓCIOS E ORGANIZAÇÕES**

### **1.1 Definição da empresa**



*Figura 1- Logotipo da InclusivaMente*

*Fonte: De autoria própria*

A InclusivaMente surge como uma iniciativa inovadora e transformadora, com o propósito de democratizar o acesso ao diagnóstico precoce e à intervenção personalizada para o autismo. Em um mundo onde o conhecimento e a tecnologia desempenham papéis fundamentais na sociedade, a InclusivaMente reconhece a importância de conectar famílias e profissionais, utilizando o poder da ciência de dados e da inteligência artificial.

Localizada em Votorantim, a empresa nasceu da necessidade de oferecer a mais famílias o acesso a um diagnóstico precoce e a intervenções baseadas no Método Denver. Com uma missão clara de democratizar esse acesso, a InclusivaMente se dedica a garantir que todas as crianças, independentemente de sua condição socioeconômica, possam receber o suporte adequado para seu pleno desenvolvimento.

A InclusivaMente surgiu para preencher uma lacuna em um mercado promissor e carente, oferecendo não apenas tecnologia, mas uma abordagem humanizada e inclusiva, que coloca o bem-estar das crianças e de suas famílias no centro de suas operações. Ao utilizar inteligência artificial e ciência de dados, a empresa eleva o padrão de atendimento, tornando possível a criação de intervenções cada vez mais precisas e eficazes, sempre respeitando a individualidade de cada criança.

#### **1.1.1 Missão, Visão e Valores**

##### **1.1.1.1 Missão**

Oferecer suporte a famílias e profissionais da saúde com soluções tecnológicas baseadas em evidências, facilitar o diagnóstico, promover abordagens personalizadas

e criar uma rede de apoio segura para pessoas neuroatípicas, para garantir o desenvolvimento pleno de suas habilidades.

#### **1.1.1.2 Visão**

Ser reponsável pela democratização do conhecimento sobre transtornos neuroatípicos e promover a inclusão, conectando pessoas neurodiversas a recursos educativos e profissionais de saúde para que recebam o apoio e compreensão necessários, criando uma sociedade mais informada e inclusiva.

#### **1.1.1.3 Valores**

**Transparência:** Prezamos pela clareza e abertura nas ações e decisões.

**Inovação:** Capacidade de criar ou implementar novas ideias, produtos, serviços ou processos que trazem melhorias significativas.

**Inclusão:** Prática de garantir que todas as pessoas, independentemente de suas diferenças sejam valorizadas e tenham acesso igualitário a oportunidades e recursos.

## 1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo

A InclusivaMente é uma plataforma inovadora dedicada ao diagnóstico e apoio às pessoas neuro-atípicas. Nossa proposta é descomplicar o acesso à informação e promover a inclusão, oferecendo recursos valiosos para famílias e profissionais.

Mais do que uma simples ferramenta, somos uma plataforma que facilita o diagnóstico precoce e visa garantir o desenvolvimento daqueles que a usam. Acreditamos que cada indivíduo é único e merece um suporte personalizado em sua jornada.

O que nos diferencia é a combinação de tecnologia amigável e conhecimento especializado sobre neurodiversidades, oferecendo uma abordagem acessível e acolhedora. Na InclusivaMente, estamos comprometidos em transformar vidas por meio de informação de qualidade e democratizada.

## 1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes

### 1.3.1 Análise do Mercado

**Aumento na Prevalência de Neuroatipicidade:** Segundo o CDC (Centers for Disease Control and Prevention), aproximadamente 1 em cada 36 crianças nos EUA é diagnosticada com Transtorno do Espectro Autista (TEA). Este número tem aumentado consistentemente ao longo dos anos. Com o aumento nas taxas de diagnóstico, a demanda por métodos eficazes de intervenção precoce, como o Método Denver, é maior do que nunca. A sua empresa pode ajudar a atender essa necessidade crescente.

**Eficácia do Método Denver:** Estudos mostram que o Método Denver pode melhorar significativamente as habilidades cognitivas, linguísticas e sociais em crianças neuro-atípicas, especialmente quando a intervenção é iniciada precocemente (antes dos 3-4 anos de idade).

**Lacunas no Acesso à Intervenção Precoce:** Um relatório da Organização Mundial da Saúde (OMS) indica que muitas crianças neuro-atípicas, especialmente em países em desenvolvimento, têm acesso limitado a diagnósticos e intervenções adequadas.

**Crescimento do Mercado de IA na Saúde:** O mercado global de inteligência artificial na saúde está projetado para crescer a uma taxa composta anual de 41,5% entre 2023 e 2030, de acordo com a Grand View Research. A aplicação de IA em diagnósticos e intervenções terapêuticas para neuro-atípicos está alinhada com uma das tendências mais fortes na tecnologia de saúde, criando oportunidades para inovação e liderança de mercado.

**Necessidade de Soluções Personalizadas:** Pesquisas indicam que abordagens terapêuticas personalizadas têm maior sucesso em alcançar resultados positivos em crianças neuro-atípicas, devido à natureza altamente variada do espectro. A capacidade de utilizar ciência de dados e IA para personalizar intervenções e recomendações faz com que a empresa possa oferecer um serviço mais eficaz, adaptado às necessidades únicas de cada criança.

### 1.3.2 Perfil do Cliente:

O perfil do cliente da InclusivaMente pode ser descrito como:

**Pais e responsáveis:** São famílias que têm filhos diagnosticados ou com suspeita de neurodivergência e estão em busca de informações, recursos e ferramentas para apoiar o desenvolvimento dos seus filhos.

**Profissionais da saúde e educação:** Este grupo inclui psicólogos, terapeutas ocupacionais, fonoaudiólogos, pedagogos e educadores que trabalham diretamente com crianças neuro-atípicas.

## 1.4 Análise Swot

### 1.4.1 Estratégias de Defesa

Fraquezas	Ameaças	Fatores Externos	Tendências relacionadas à ameaça	Estratégia de Defesa
Dependência de Conteúdo Atualizado	Mudanças repentinas determinadas pelo Ministério da Saúde, uma vez que o campo do <b>TEA/Neuroatipicidade</b> está em constante evolução, com novas descobertas científicas e práticas emergentes e novas regulamentações sobre privacidade e dados que podem impactar o funcionamento.	Social/Saúde pública	De acordo com um artigo publicado pelo JORNAL DA UNESP em 2023, face ao número de diagnósticos em crescimento vertiginoso, o Transtorno do Espectro Autista ainda é um desafio para pesquisa neurológica e está em um contínuo estudo.	Realizar monitoramento de fontes confiáveis e constante acompanhamento e revisões periódicas do conteúdo existente para garantir que as informações estejam sempre atualizadas e em conformidade com as novas descobertas.
Falta de Reconhecimento de Marca	Usuários podem hesitar em consumir informações de uma marca que não conhecem, preferindo fontes mais familiares, o que pode reduzir o tráfego e o engajamento.	Cliente	Em 2015, a Nielsen publicou o estudo "Global Trust in Advertising", que mostra que a confiança em uma marca é um fator crucial na decisão de consumir informações, especialmente em setores onde a credibilidade é fundamental, como saúde. Marcas reconhecidas tendem a ser vistas como mais confiáveis.	Construir credibilidade, trabalhando com profissionais respeitados na área do <b>TEA</b> e depoimentos reais para criar e validar conteúdo, visando aumentar a confiança dos usuários.
Recursos Limitados: Orçamento restrito para marketing e desenvolvimento	Com um orçamento limitado, a empresa pode ter dificuldade em alcançar um número adequado de potenciais usuários, o que pode dificultar a atração de investimentos e a geração de receita, comprometendo seu crescimento e sustentabilidade.	Economia	Conforme um estudo conduzido pela CB Insights, publicado em janeiro de 2024, uma má estratégia de marketing é o 8º principal motivo de falências de pequenas empresas, que ocorre especialmente por orçamento insuficiente ou má gestão.	Direcionar esforços de marketing para um público específico visando maximizar o retorno sobre o investimento, além de utilizar plataformas gratuitas ou de baixo custo para gerenciar campanhas, economizando tempo e recursos.



### 1.4.2 Estratégia de Enfrentamento

Forças	Ameaças	Fatores Externos	Tendências relacionadas à ameaça	Estratégia de Enfrentamento
Conteúdo Especializado: Informações baseadas em pesquisa e especialistas na área.	Falta de confiança dos usuários em relação ao conteúdo, que pode levar a uma baixa adesão e engajamento do aplicativo.	Clientes	Um estudo da USP (2020) sobre o uso de aplicativos na saúde mental, incluindo o TEA, destacou que a confiança é fundamental para a adoção dessas ferramentas. A proliferação de informações contraditórias e a falta de supervisão médica aumentavam o ceticismo dos usuários, especialmente em condições complexas como o TEA, tornando-os inseguros quanto ao uso dessas	Focar na transparência e na validação do conteúdo, sempre citando as fontes das informações apresentadas, incluindo estudos, artigos e especialistas, para que os usuários possam verificar a credibilidade das informações.
Acessibilidade: Disponível em dispositivos móveis, facilitando o acesso a informações relevantes.	Concorrência de aplicativos ou plataformas que oferecem serviços semelhantes e funcionalidades superiores ou mais atrativas, como interfaces mais intuitivas, melhores recursos de personalização ou funcionalidades adicionais, que poderiam atrair usuários e dificultar a fidelização ao nosso aplicativo.	Mercado	De acordo com o relatório "The State of Organizations" da McKinsey, com o acesso a tecnologias avançadas, os consumidores esperam experiências mais personalizadas e eficientes, aumentando significativamente a competitividade no mercado.	Focar na inovação contínua e na personalização da experiência do usuário, focando em uma interface intuitiva e uma experiência de usuário envolvente, garantindo que o aplicativo seja fácil de usar e atenda às necessidades dos usuários.
Interatividade: Recursos interativos (fóruns, quizzes) que engajam os usuários e criação de uma rede para troca de experiência entre eles.	O engajamento dos usuários pode diminuir ao longo do tempo, especialmente se não houver um fluxo constante de novos conteúdos ou atividades.	Clientes	Um estudo da USP (2018) investigou a "fadiga de conteúdo" nas redes sociais, mostrando que a exposição repetida a conteúdos semelhantes pode causar "enjoo digital" nos usuários. A pesquisa revelou que, com o fluxo constante de informações repetitivas, os usuários perdem o interesse e se desconectam das plataformas, o que prejudica o engajamento.	Implementar a um ciclo contínuo de inovação e interatividade, como organizar webinars como profissionais e especialistas oferecendo sessões de perguntas e respostas e grupos de discussão que incentivem a participação ativa dos usuários e criem um senso de comunidade.

### 1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria

Fraquezas	Oportunidades	Fatores Externos	Tendências relacionadas à oportunidade	Estratégia de Melhoria
Dependência de Conteúdo Atualizado	Tornar-se uma referência no setor visto que a constante atualização de conteúdo pode manter seu público sempre engajado, oferecendo valor contínuo e aumentando a confiança e lealdade dos clientes.	Clientes	Um estudo da FGV em 2019 destacou que empresas especializadas e atualizadas em nichos como saúde e educação ganham mais respeito e confiança do consumidor. No caso do TEA, marcas que oferecem informações baseadas em evidências científicas têm mais chances de se tornar referências no setor, fortalecendo sua reputação e conquistando a lealdade dos clientes.	Criar uma base de dados dinâmica, que permita a atualização constante de informações.
Falta de reconhecimento de Marca	Oportunidade para aumentar a visibilidade da empresa no mercado de TEA, possibilitando a construção de uma marca forte e única, o que pode atrair mais público e parceiros.	Mercado	De acordo com o CDC (Centers for Disease Control and Prevention), os casos de autismo dispararam nas últimas décadas, e consequentemente a procura por informações relacionadas ao transtorno também.	Fortalecer a identidade e presença de marca através de campanhas de Marketing que destaquem a missão e os valores da empresa e estabelecer uma presença ativa nas redes sociais, interagindo com a comunidade e respondendo a perguntas sobre TEA.
Recursos limitados: Orçamento restrito para Marketing e Desenvolvimento	Com orçamento limitado para marketing e desenvolvimento, é possível obter ótimos resultados utilizando estratégias criativas e eficientes, como marketing digital gratuito, parcerias estratégicas e otimização de recursos.	Economia	O SEBRAE, em um estudo de 2020, revelou que pequenas empresas no Brasil utilizam ferramentas de marketing digital, como redes sociais, blogs e SEO, para divulgar seus produtos e serviços. Devido ao baixo custo e fácil acesso, essas ferramentas se tornaram essenciais para empresas com orçamento limitado, ajudando a aumentar sua visibilidade e competitividade.	Identificar influenciadores ou especialistas na área de TEA que possam ajudar a divulgar a empresa e compartilhar conteúdos relevantes, histórias inspiradoras e dicas para famílias, sempre utilizando hashtags apropriadas para aumentar o alcance.



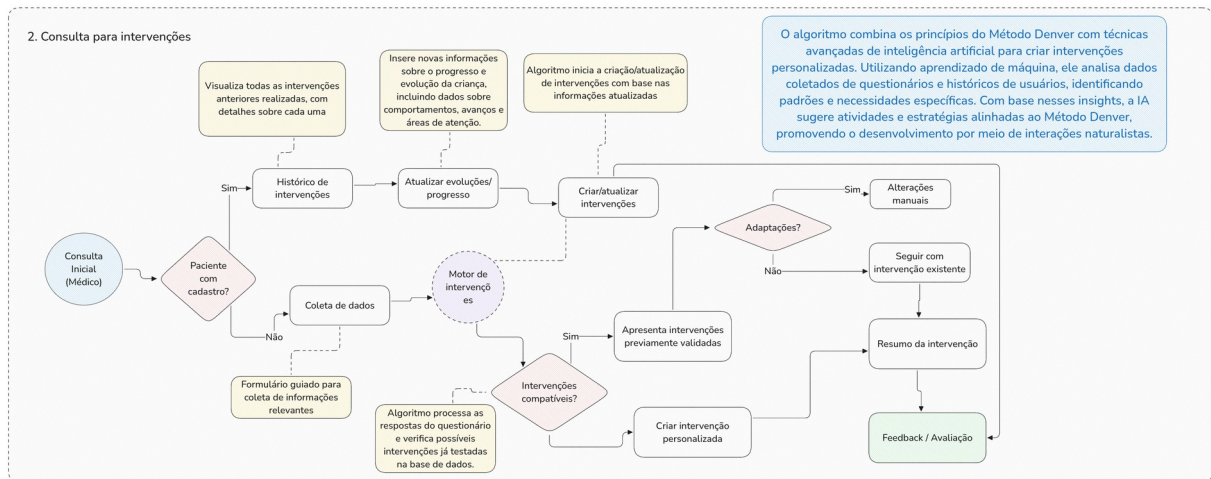
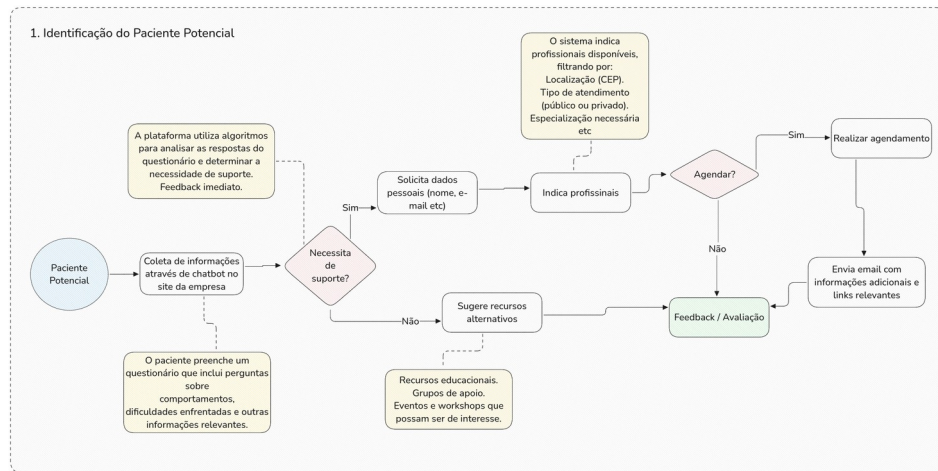
### 1.4.4 Estratégia de Crescimento

Forças	Oportunidades	Fatores Externos	Tendências relacionadas à oportunidade	Estratégia de Crescimento
Conteúdo especializado: Informações baseadas em pesquisa e especialistas na área.	O crescente interesse e conscientização sobre o TEA na sociedade podem levar a uma maior demanda por informações especializadas.	Informações	Em 2018, uma pesquisa do Instituto Datafolha mostrou que o interesse e a conscientização sobre o TEA estavam crescendo no Brasil. Mais de 70% da população reconhecia o transtorno, e a maioria manifestava interesse em aprender mais sobre ele. O estudo apontou que, com essa conscientização, houve um aumento na busca por informações especializadas em saúde, educação e apoio familiar, especialmente online.	Contribuir com artigos e colunas em revistas e jornais sobre saúde mental e educação, posicionando a empresa como uma autoridade no tema. Acessibilidade: Disponível em dispositivos móveis, facilitando o acesso a informações relevantes.
Acessibilidade: Disponível em dispositivos móveis, facilitando o acesso a informações relevantes.	Aumento do uso de smartphones e tablets oferece uma oportunidade para expandir o acesso ao conteúdo sobre TEA em qualquer lugar, ampliando o alcance da empresa.	Tecnologia	O IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) realizou um estudo em 2020 que revelou um aumento no uso de smartphones e tablets no Brasil. O relatório mostrou que 81% dos brasileiros com 10 anos ou mais têm acesso à internet, sendo que a maioria usa dispositivos móveis como smartphones e tablets para navegar.	Coletar feedback dos usuários sobre a acessibilidade do conteúdo e a experiência em dispositivos móveis para contínua melhoria e garantir que todo o conteúdo seja otimizado para dispositivos móveis, proporcionando uma experiência de usuário fluida.
Interatividade: Recursos interativos (fóruns, quizzes) que engajam os usuários e criação de uma rede para troca de experiência entre eles.	Implementação de elementos de gamificação (como quizzes e jogos educativos) para aumentar o engajamento e tornar a aprendizagem sobre TEA mais divertida, além de criar comunidades online que promovam o suporte e a troca de experiências entre pessoas com TEA e/ou suas famílias.	Tecnologia	Um estudo realizado pelo SEBRAE, em 2021, explorou o uso crescente da gamificação em diversos setores, incluindo educação e saúde. A pesquisa concluiu que a gamificação tem se mostrado uma excelente estratégia para aumentar a interação dos usuários com plataformas educativas e de saúde.	Implementar programas de reconhecimento e incentivo à participação, como "usuário do mês" ou prêmios para quem mais contribuir com conteúdo ou interagir nos fóruns, além de estimular os usuários a compartilhar suas histórias, dicas e experiências em formatos interativos, como vídeos ou postagens, aumentando o senso de comunidade.

### Mapeamento de Risco

Probabilidade	Alta	Críticas nas redes sociais, que não afetam gravemente a operação, mas podem machucar a imagem.	Crises de reputação devido a erros graves ou incidentes	Disseminação de informações incorretas sobre TEA, levando a mal-entendidos e possíveis danos.
	Média	Treinamento inadequado que pode levar a respostas ineficazes a consultas, mas sem grandes consequências.	Críticas de grupos que se sentem mal representados, afetando a reputação.	Crises de reputação devido a erros graves ou incidentes
	Baixa	Interrupções temporárias no site ou em plataformas de comunicação	Falta de resposta a campanhas de marketing, que pode ser um indicativo de necessidade de mudança na estratégia.	Alterações significativas nas leis que afetem a forma como a empresa opera.
		Insignificante	Moderado	Catastrófico
Impacto				

## 2. ALGORITMO E ESTRUTURA DE DADOS



## 3. MATEMÁTICA APLICA A CIÊNCIA DE DADOS DA COMPUTAÇÃO

Podemos aplicar conceitos de conjuntos para descrever diferentes características e segmentos da empresa InclusivaMente:

**Conjuntos de Famílias e Profissionais:** Podemos definir o conjunto de famílias e profissionais que utilizam as soluções da InclusivaMente. Esse conjunto pode ser segmentado em subconjuntos, como famílias com crianças neuro-atípicas e profissionais da área de saúde.

**Conjuntos de Soluções Tecnológicas:** A InclusivaMente tem um conjunto de soluções tecnológicas, organizadas em categorias como plataformas de suporte para diagnóstico, ferramentas de acompanhamento de desenvolvimento e serviços de análise de dados.

**Conjuntos de Feedback:** Os feedbacks fornecidos pelas famílias e profissionais podem ser organizados em conjuntos, separando por serviços ou métodos específicos. Isso ajuda a monitorar a satisfação e identificar melhorias contínuas.

### 3.2 Operações de Conjuntos

**União de Conjuntos:** A união dos conjuntos de famílias que utilizam ferramentas de acompanhamento de desenvolvimento e os profissionais que fornecem suporte através da plataforma. Isso cria um ecossistema completo de apoio para as crianças.

**Interseção de Famílias e Profissionais:** A interseção entre o conjunto de famílias e o conjunto de profissionais que utilizam as soluções da InclusivaMente representa aqueles casos em que ambos estão engajados em acompanhar o desenvolvimento de uma mesma criança. Isso indica uma colaboração ativa entre as partes, facilitando um acompanhamento mais completo e personalizado para as crianças neuro-atípicas

**Diferença de Conjuntos:** A diferença entre os profissionais que utilizam ferramentas de diagnóstico e aqueles que utilizam acompanhamento de desenvolvimento, revelando os diferentes focos de atuação dos usuários.

**Produto Cartesiano de Conjuntos:** Podemos analisar todas as possíveis combinações de famílias com as ferramentas disponíveis. Cada elemento do produto cartesiano representa uma família específica utilizando uma solução específica, o que permite identificar padrões de uso e direcionar recomendações personalizadas.

## 4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo

### 4.1 História

A InclusivaMente surgiu quando um dos fundadores notou comportamentos atípicos em seu filho e, ao buscar informações sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA), encontrou dificuldade em obter orientação clara e precisa, o que trouxe frustração e preocupações. A empresa foi criada para oferecer suporte mais eficaz e acessível a outras famílias que enfrentam desafios semelhantes.

### 4.2 Perfil Comportamental

- **Empático:** Compreende e sente as emoções dos outros, ouvindo atentamente e validando suas experiências, o que cria conexões significativas.
- **Complacente:** Busca agradar os outros, muitas vezes sacrificando suas próprias necessidades para manter a harmonia, evitando conflitos.
- **Curioso:** Forte desejo de aprender e explorar, fazendo perguntas e buscando novas experiências, o que estimula a criatividade e o crescimento.

### 4.3 Valores

- **Empatia:** Colocar as necessidades das crianças e suas famílias no centro de tudo o que fazemos, com respeito e sensibilidade.
- **Inovação:** Utilizar ciência de dados, inteligência artificial e metodologias comprovadas para desenvolver soluções tecnológicas eficazes e acessíveis.

- **Colaboração:** Fomentar uma rede de apoio entre pais, terapeutas e especialistas, promovendo o aprendizado mútuo e o desenvolvimento conjunto.
- **Inclusão:** Garantir que nossas soluções sejam acessíveis a todos, independentemente de localização ou situação financeira.
- **Verdade:** Manter uma comunicação aberta e honesta com todas as partes envolvidas, garantindo confiança e clareza em cada etapa do processo.

#### 4.4 Lema da Empresa

Dados que conectam, vidas que transformam

#### 4.5 Código de Ética

- **Respeito à Diversidade:** Valorizamos a individualidade e as diferenças de cada criança, família e profissional. Promovemos uma cultura inclusiva e livre de qualquer forma de discriminação, respeitando todas as formas de neurodiversidade e as necessidades únicas de cada pessoa.
- **Compromisso com a Transparência:** Agimos com clareza, honestidade e integridade em todas as interações com clientes, parceiros e colaboradores. Asseguramos que nossas soluções tecnológicas e os dados compartilhados sejam tratados com total transparência, mantendo a confiança de quem nos procura.
- **Privacidade e Proteção de Dados:** Priorizamos a confidencialidade e a segurança das informações de nossos usuários. Cumprimos rigorosamente as legislações vigentes de proteção de dados, garantindo que todas as informações pessoais sejam tratadas de forma segura e ética.
- **Combate à Discriminação e ao Assédio:** Repudiamos qualquer forma de discriminação, assédio ou abuso. Criamos um ambiente seguro e respeitoso para todos, promovendo a igualdade de oportunidades e garantindo que todas as pessoas, sejam clientes, colaboradores ou parceiros, sejam tratadas com dignidade e respeito.
- **Responsabilidade Social:** Nosso compromisso é democratizar o acesso a recursos de apoio para crianças neuro-atípicas, trabalhando para que famílias de diferentes contextos socioeconômicos tenham acesso às nossas soluções. Atuamos de forma ética, com a missão de gerar impacto social positivo e melhorar a vida de todos os que dependem de nossos serviços.

#### 4.6 Pilares da Cultura da Empresa

##### 1. Empatia

- Cultivamos uma cultura de compreensão e conexão, ouvindo atentamente as necessidades e emoções de nossos clientes e colaboradores para criar um ambiente de apoio.

##### 2. Complacência Proativa

- Priorizamos a satisfação do cliente, adaptando-nos às suas necessidades e promovendo harmonia nas relações, enquanto buscamos um equilíbrio saudável entre colaboração e assertividade.

### 3. **Curiosidade**

- Incentivamos a busca contínua por conhecimento e inovação, estimulando a exploração de novas ideias e abordagens que impulsionam o crescimento e a criatividade em nossos processos.

## 4.7 Definição dos Objetivos

### 4.7.1 Objetivos Quantitativos

#### 1. **Aumento da Satisfação do Cliente**

- Atingir uma taxa de satisfação de 90% em pesquisas de feedback até o final do ano.

#### 2. **Retenção de Talentos**

- Reduzir a taxa de rotatividade de funcionários para menos de 10% ao ano.

#### 3. **Capacitação e Desenvolvimento**

- Garantir que 80% dos colaboradores participem de pelo menos duas iniciativas de treinamento ou desenvolvimento profissional anualmente.

### 4.7.2 Objetivos Qualitativos

#### 1. **Promoção de um Ambiente Inclusivo**

- Criar um espaço onde todos os colaboradores se sintam valorizados e ouvidos, promovendo diversidade e inclusão em todas as práticas da empresa.

#### 2. **Fomento à Inovação**



- Estabelecer uma cultura que encoraje a experimentação e a troca de ideias, permitindo que os colaboradores se sintam seguros para propor soluções criativas.

#### 3. **Fortalecimento da Colaboração**

- Incentivar uma comunicação aberta e o trabalho em equipe, onde a empatia e a compreensão sejam fundamentais nas interações diárias, criando um clima organizacional positivo.



## 5. PROJECT MODEL CANVAS

<b>Parcerias Chaves</b>  <p>Instituições de ensino e saúde.</p> <p>Organizações sem fins lucrativos que trabalham com TEA.</p> <p>Plataformas de mídia e comunicação.</p> <p>Influenciadores e especialistas no assunto.</p> <p>Plataformas de mídia e comunicação.</p>	<b>Atividades Chaves</b>  <p>Criação e atualização de conteúdo informativo.</p> <p>Organização de eventos e workshops.</p> <p>Desenvolvimento de parcerias com profissionais e instituições.</p>	<b>Proposta de valor</b>  <p>Informações precisas e atualizadas sobre TEA.</p> <p>Recursos educativos (artigos, vídeos, webinars)</p> <p>Suporte e orientação para famílias e profissionais.</p> <p>Promoção de eventos e workshops de conscientização.</p>	<b>Relacionamento com o Cliente</b>  <p>Suporte personalizado (consultas online)</p> <p>Comunidade online para troca de experiências e apoio mútuo.</p> <p>Feedback contínuo através de pesquisas e fóruns</p>	<b>Segmento de Clientes</b>  <p>Famílias de pessoas com TEA.</p> <p>Educadores e profissionais de saúde.</p> <p>Organizações não governamentais e associações relacionadas ao TEA.</p> <p>Comunidade em geral (para conscientização).</p>
<b>Recursos Chaves</b>  <p>Plataforma online para disseminação de informações</p> <p>Conteúdo educativo de alta qualidade.</p> <p>Redes de contatos com organizações do setor.</p> <p>Marketing e promoção das iniciativas da empresa.</p>		<b>Canais</b>  <p>Website e aplicativo da empresa.</p> <p>Redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube)</p> <p>Newsletters por e-mail.</p> <p>Parcerias com escolas e instituições de saúde.</p>		
<b>Custos</b>  <p>Custos de criação e manutenção do site.</p> <p>Despesas com marketing e publicidade.</p> <p>Custos operacionais relacionados a eventos e workshops.</p>		<b>Fontes de Receitas</b>  <p>Publicidade em conteúdos online.</p> <p>Parcerias e patrocínios de empresas do setor.</p> <p>Indicações de profissionais da área.</p>		

### Referências

**CDC.** Prevalence of Autism Spectrum Disorder Among Children Aged 4 Years — Autism and Developmental Disabilities Monitoring Network, 2020. 2023. Disponível em: <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/72/su/pdfs/su7201a1-H.pdf>. Acesso em: 09 set. 2024.

**MARKETSANDMARKETS.** Artificial Intelligence in Healthcare Market by Technology, Offering, End-User, Application, and Region - Global Forecast to 2030. 2023. Disponível em: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/artificial-intelligence-healthcare-market-54679320.html>. Acesso em: 12 set. 2024.

### Vídeo

<https://www.canva.com/design/DAGRtpLw5UM/AUL86WhiJteQbB3todgTDg/view>