

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO

GABRIELLI NEUBERN DA SILVA

A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO PESSOAL NA ADOLESCÊNCIA

BAURU - SP

2021

GABRIELLI NEUBERN DA SILVA

A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO PESSOAL NA ADOLESCÊNCIA

Monografia do curso de Administração apresentado a Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação do Centro Universitário Sagrado Coração.

Orientador(a): Dra. Flávia Hosne de Freitas.

BAURU - SP

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de  
acordo com ISBD

S586i

Silva, Gabrielli Neubern da

A importância da administração pessoal na  
adolescência / Gabrielli Neubern da Silva. -- 2021.  
46f. : il.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Flavia Hosne de Freitas

Monografia (Iniciação Científica em Administração) -  
Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO  
- Bauru - SP

1. Adolescentes. 2. Planejamento pessoal. 3. Project  
Model Canvas. 4. 5W2H. I. Freitas, Flavia Hosne de. II.  
Título.

## RESUMO

O planejamento pessoal é fundamental para qualquer pessoa que queira alcançar um objetivo. A adolescência é uma fase em que as transformações e a instabilidade emocional causam mais impactos, no entanto, é nesse mesmo período em que se toma muitas decisões para o futuro. Por isso, é ainda mais imprescindível que os adolescentes se planejem, pois assim podem se avaliar e se organizar, fazendo escolhas mais lógicas e estratégicas para atingir suas metas e sonhos. Existem ferramentas administrativas simples que podem auxiliar a autogestão, como o modelo *Project Model Canvas* e o 5W2H, que são visuais e auto reflexivos, proporcionando uma fácil interpretação e construção de planos pessoais. A pesquisa se constrói através de estudos bibliográficos, ou seja, baseada em materiais já elaborados.

Palavras-Chave: Adolescentes. Planejamento pessoal. *Project Model Canvas*. 5W2H.

## **ABSTRACT**

Personal planning is critical for anyone who wants to achieve a goal. Adolescence is a phase in which changes and emotional instability cause more impacts, however, it is in this same period that many decisions are made for the future. Therefore, it is even more essential that teenagers plan, as this way they can assess and organize themselves, making more logical and strategic choices to achieve their goals and dreams. There are simple administrative tools that can help self-management, such as the Project Model Canvas and the 5W2H, which are visual and self-reflective, providing an easy interpretation and construction of personal plans. The research is built through bibliographic studies, that is, based on materials already prepared.

Keywords: Teenagers. Personal planning. Project Model Canvas. 5W2H.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Alterações no período da adolescência .....	10
Figura 1 - Comparação do índice de ansiedade dos estudantes brasileiros .....	12
Quadro 2 - Comparação dos sintomas de ansiedade e depressão entre alunos de escola pública e particular .....	15
Quadro 3 - Diferenças entre os níveis de planejamento .....	17
Figura 2 - Os 9 blocos do <i>Business Model Canvas</i> .....	20
Figura 3 - <i>Business Model Canvas</i> .....	21
Figura 4 - <i>Project Model Canvas</i> .....	22
Figura 5 - <i>Project Model Canvas</i> e as perguntas fundamentais .....	24
Figura 6 - <i>Business Model You</i> .....	26
Figura 7 - Comparação entre BCM e BMYOU .....	27
Quadro 4 - Etapas 5W2H .....	30
Figura 8 - Ferramenta desenvolvida.....	33
Figura 9 - Exemplo de preenchimento da ferramenta desenvolvida .....	33
Quadro 5 – Comparação entre Canvas .....	34

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
1.2. Adolescência .....	8
1.2.1. Ansiedade na adolescência.....	11
1.2.3 O ambiente familiar e os adolescentes ansiosos .....	13
1.2.4 Escola pública e particular e o nível de ansiedade.....	14
1.3 Conceito de planejamento .....	15
1.3.1 Por que o adolescente precisa se planejar?.....	18
1.4 O Manifesto ágil e gestão ágil.....	18
1.4.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	19
1.4.2 <i>Project Model Canvas</i> .....	21
1.4.3 <i>Business Model You</i> .....	25
1.4.4 Plano de ação: 5W2H .....	29
<b>2. MATERIAIS E MÉTODOS</b> .....	<b>31</b>
<b>3. RESULTADOS</b> .....	<b>31</b>
<b>4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>34</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>37</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>45</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O planejamento é uma das bases da administração, aplicando-se a diversas áreas, desde a pessoal à organizacional. No entanto, por ser de vasta abrangência, muitas vezes o seu conceito é exposto vagamente. Planejar não é simplesmente pensar ou tentar controlar o futuro, não é apenas fazer escolhas e integrá-las. Esta palavra pode ser bem definida como, um processo formal, que utiliza um sistema de decisões integradas, para a produção de resultados posteriormente rotulados e explícitos. (MINTZBERG, 2004).

Além de estabelecer metas, planejar é propor ações para alcançá-las, é definir onde se quer chegar e como pretende fazê-lo, baseando-se em métodos, planos ou lógicas. (CHIAVENATO, 2004).

A metodologia em que se baseia um plano não pode ser estática, ela exige flexibilidade, precisa ser ajustada quando necessário. Pois tudo passa por alterações, mudanças e transformações, inclusive as pessoas. (BRITO, 2014).

A adolescência é um período de transição. Dela decorrem diversas alterações no corpo, na mente, nas habilidades e nas relações, ou seja, com o mundo interior e exterior. Contudo, mesmo em meio a tantas influências emocionais, sentimentais, hormonais e sociais, essa continua sendo uma fase de tomadas de decisões. E por conta dessas interferências, muitos adolescentes acabam fazendo escolhas erradas, impulsivas e abusivas. (SANTROCK, 2014).

Esse estágio de mudanças traz também uma eclosão de criatividade, da busca por descobertas, pelo desejo de exploração e pela confiança em aceitar riscos. No entanto, essa passagem da criança para o adulto é acompanhada da dificuldade de se expressar, de se autoconhecer e de discernir com clareza os seus propósitos e ambições. (NASIO, 2011).

Muniz (2016) entrevistou a psicoterapeuta Myriam Durante, e segundo a jornalista, a especialista defende que para uma aprendizagem eficiente é necessário organização. Em concordância, o neurologista Leandro Teles também afirma que, ser organizado facilita o trabalhar do cérebro e a execução de tarefas. Ou seja, o planejamento adequado na vida do adolescente não apenas favorece o seu estudo e conhecimento, como também viabiliza a correta tomada de decisão e comprimento de suas ocupações.

A ausência de planejamento na adolescência gera dificuldades nas tomadas

de decisões, no alcance de metas pessoais e pode gerar frustrações; devido a isso, não é incomum observar jovens fazendo escolhas indisciplinadas, improdutivas e abusivas.

Por ser uma fase de modificações e transições, é um momento da vida muito instável, entretanto, é nesse período que se começam a fazer escolhas. Por isso, se faz necessário propor aos adolescentes meios de se planejar e autogerir, de forma que estabeleçam para si estratégias e planos para alcançarem seus objetivos e sonhos.

Desse modo, a pesquisa buscou demonstrar a importância do planejamento pessoal e da autogestão para adolescentes, e propor uma ferramenta simples e flexível, baseada no *Project Model Canvas* e na 5W2H.

Planejar traz benefícios que vão além de simplesmente chegar onde se almeja, é um mecanismo importante para aproveitar oportunidades, economizar tempo, energia, recursos; e ainda, reforçar a autoestima e diminuir as possibilidades de frustrações. (RITOSSA, 2011).

O homem enfrenta problemáticas existenciais na busca por um sentido de viver e na procura de soluções para seus problemas. Mas, quando desenvolve uma organização pessoal, ele mesmo pode determinar os seus destinos vivenciais. Planejamento não é padronização do homem, mas sim um meio pertinente e significativo de proporcionar que ele tome decisões com lucidez e autonomia, a partir dos seus direitos, recursos e possibilidades. (MENEGOLLA e SANT'ANNA, 2011).

Com o intuito de apoiar o planejamento e simplificar o seu gerenciamento, ferramentas foram desenvolvidas. Como é caso da ferramenta visual *Canvas*, que proporciona, um melhor entendimento das partes e a integração dinâmica entre elas; facilita a comunicação, o acompanhamento e a monitoria do projeto; e ainda, dispõe de uma estrutura simplificada. (VERAS, 2016).

O modelo *Canvas* é esquematizado em formato de quadro, com desenhos para demonstrar ideias ou situações. Ele permite uma rápida e objetiva visualização do processo criado; bem como, uma fácil adaptação e remodelagem do plano. (Mota, 2018).

Segundo Kotler, Bloom e Hayes (2002), para que um planejamento tenha mais chances de sucesso, ele precisa de um plano de ação sólido e claro, e com isso, não haverá tantas dificuldades para iniciar a implementação correta das estratégias definidas.

Existem várias ferramentas para auxiliar a implantação de um plano, uma delas é a 5W2H. De acordo com Valentim (2018), essa é uma técnica para detalhar processos, demonstrando e relacionado qual e como cada atividade deverá ser executada.

Conforme a Project Builder (2017), a ferramenta 5W2H é vantajosa em vários aspectos como, facilita a organização de ideias e a execução do plano de ação, é simples de ser construída e manuseada, não requer grandes investimentos, auxilia no gerenciamento de projetos e melhora a gestão do tempo.

O objetivo geral desta pesquisa foi Investigar e analisar a importância do planejamento pessoal na adolescência para a tomada de decisões.

Tendo como objetivos específicos:

- Descrever a importância da administração pessoal;
- Demonstrar a necessidade do planejamento próprio na vida dos adolescentes;
- Estudar os modelos *Project Model Canvas* e o 5W2H como meios práticos de planejamento pessoal na adolescência;
- Elaborar um modelo simples, baseado nas metodologias estudadas, para o planejamento pessoal de adolescentes.

Esta pesquisa buscou responder as seguintes perguntas: O planejamento pessoal é importante na adolescência? O modelo *Project Model Canvas* e o 5W2H podem ser utilizados para auxiliar na autogestão por adolescentes?

## 1.2. Adolescência

O adolescente, segundo a Legislação disposta no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990, é a pessoa entre doze e dezoito anos de idade. No Brasil, segundo a estimativa do IBGE 2019/2020, existem cerca de 24,09 milhões de adolescentes.

A adolescência não é um padrão de conduta, mas sim um período particular e único construído por experiências pessoais. De acordo com Raya (1997), o adolescente possui um comportamento bio-psico-social influenciado por sua cultura, religião, classe econômica, região onde vive e situação familiar.

Seguindo o mesmo viés, Becker (1989) defende que a adolescência é um processo singular e que sofre interferência pela maneira como a sociedade lida com

esse período; assim, não existe apenas uma adolescência, mas várias. Em determinados lugares, essa passagem da infância para a vida adulta acontece de forma progressiva, ou seja, funções e direitos vão sendo recebidos até que se atinja a maior idade, com isso, elimina-se o efeito “crise na adolescência”. Em outras comunidades, contudo, essa fase é marcada com um ritual da passagem, após o qual o adolescente recebe as responsabilidades de um adulto.

Conforme Amaral (2008), essa etapa é marcada por transformações orgânicas, ou seja, mudanças físicas, mais conhecidas como “puberdade”. Ela ressalta que puberdade não é sinônimo de adolescência, mas sim, as alterações no corpo do adolescente. Essas modificações não se restringem à fisiologia, elas também são levadas para o campo social, em que começa a se exigir do adolescente responsabilidade e deveres perante a comunidade.

**Quadro 4 – Alterações no período da adolescência.**

<b>ALTERAÇÕES NO PERÍODO DA ADOLESCÊNCIA</b>		
<b>Alteração</b>	<b>O que é?</b>	<b>Exemplos</b>
<b>Físicas (orgânicas)</b>	Modificações no corpo, interna ou externamente. Alterações hormonais e no desenvolvimento.	Estirões de crescimento, mais pelos corporais, odores corporais mais fortes e aparecimento de acnes. Em mulheres: aumento dos seios e quadris e primeira menstruação. Nos homens: músculos mais fortes, ombros mais largos, aumento do pênis e dos testículos, início das ereções e ejaculações (voluntárias e involuntárias) e mudança na voz.
<b>Sociais</b>	Variações nos relacionamentos familiares, sociais e afetivos. Com a expansão dos círculos sociais, que vão além da família, conhecem outras pessoas e desenvolvem a capacidade de formar relacionamentos mais fortes. Também passam a assumir papéis sociais e assumindo maiores responsabilidades.	Passam a fazer parte de grupos, equipes, times, assumir papéis de liderança e se envolver em relacionamentos românticos. Desenvolvem capacidades como: empatia, compaixão, interpretação de sinais não verbais, refletir sobre suas emoções e expressá-las externamente, serem mais ouvintes e apreciarem as diferenças.
<b>Emocionais (psicológicas)</b>	Alterações no processamento (capacidade de percepção, avaliação e controle) das emoções e do estresse. Estimulado pelas alterações físicas e cognitivas, e influenciado pelo ambiente e contexto em que o adolescente está inserido.	Gerenciamento pessoal: início do desenvolvimento do raciocínio na tomada de decisões, exame das emoções e ponderação das consequências das ações. Com a maior liberação química dos hormônios, ocorrem: alterações no humor, emoções são influenciadas facilmente, respostas são mais rápidas e aumenta o desempenho sob pressão.
<b>Cognitivas</b>	Mudanças no funcionamento do cérebro. Crescimento, desenvolvimento e fortalecimento cerebral.	Produção de novas células cerebrais com muita rapidez; Diminuição das células cerebrais extras, facilitando o acesso às informações mais utilizadas; Maior conexão entre as células cerebrais, auxiliando na memória e na utilização eficiente das informações; Pensamento abstrato; Aprendizagem avançada; Raciocínio avançado; Metacognição.
<b>Moral e Valores</b>	Transformação no modo como o adolescente vê o seu papel no mundo. Devido às mudanças cerebrais, eles passam a pensar sobre a vida de maneira mais abstrata e profunda, mudando suas interações com o mundo e influenciando para a construção da moral e dos valores que se estenderão até a vida adulta.	Começam a compreender melhor as diferenças; entender as ideias sociais mais abstratas como justiça, igualdade e bem coletivo; questionam mais o porquê das coisas e os motivos que levaram à criação de determinadas regras; buscam realizar mais perguntas e debates para a construção de suas ideias; se preocupam mais com grandes questões, como conceitos de certo e errado, o seu papel no mundo, dilemas morais e a desconstrução de antigos conceitos pessoais.

Fonte: U.S. Department of Health and Human Services (2018) adaptado pela autora.

Com todas as alterações físicas, sociais e emocionais, explicadas no quadro 1, o adolescente enfrenta um processo de mudanças no modo como ele próprio enxerga a vida e como se vê como humano, gerando transformações também nas suas relações com a família, amigos e companheiros. (Habigzang, Diniz e Koller, 2014).

Raya (1997) defende ser quase impossível desassociar essas características orgânicas, psicológicas e sociológicas provenientes das modificações e adaptações do organismo infantil para o adolescente, e que, esses elementos que estão intensa e mutualmente conectados.

### 1.2.1. Ansiedade na adolescência

A ansiedade é caracterizada como um sentimento acompanhado de uma sensação de perigo, ou seja, um aviso de que algo precisa ser temido (Batista & Oliveira, 2005).

Brito (2011), elucida ansiedade como uma emoção frequente de alerta diante de uma circunstância que pode parecer uma ameaça. O adolescente, sente-se ameaçado devido às transformações que ele enfrenta, como: alterações corporais, mudança no relacionamento com família e amigos, conflitos de dependência e autonomia, cobranças sociais de responsabilidade e competências escolares.

De acordo com a Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional (2017), quando a ansiedade começa acontecer de maneira repentina, duradoura, sem motivo real e intensamente, ela passa a ser definida como distúrbio de ansiedade. A ansiedade normal e a ansiedade patológica diferenciam-se pela duração, autolimitação (desenvolvimento com começo, meio e fim) e estímulo (CASTILLO *et al*, 2000).

O Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa) 2015, apresentou um relatório sobre o bem-estar dos estudantes, e sua relação com a família e a escola. A pesquisa contou com a participação de 72 países, 35 deles pertencentes à Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e 37 economias parceiras, como é o caso do Brasil.

Os dados apontaram que cerca de 80,8% dos estudantes brasileiros na faixa etária dos 15 anos sentem-se muito ansiosos quando vão realizar uma prova; 56%

ficam muito tensos enquanto estudam; 96,7% se preocupam com as oportunidades após a formação; e 63,9% buscam estar entre os melhores alunos da sala.

No Brasil, os índices de estudantes ansiosos para os testes e tensos quando vão estudar, são consideravelmente altos em comparação aos outros países. Como mostra a Figura 1.

**Figura 2: Comparação do índice de ansiedade dos estudantes brasileiros.**



Fonte: Modificado a partir de Pisa (2015).

Jatobá e Bastos (2007) realizaram um estudo na cidade de Recife, Pernambuco, em 11 escolas públicas e privadas, com alunos entre a faixa etária de 14 a 16 anos. O resultado apurado demonstra que 80,2% dos adolescentes apresentam um grau leve de ansiedade, decorrente da fase de transição que enfrentam. Contudo, é apontando também que, 19,9% dos estudantes sofrem de

ansiedade moderada e severa, ligada aos sintomas de depressão e a transtornos de ansiedade.

A conclusão da pesquisa relata a importância do ambiente familiar e escolar estarem adequados à proteção e segurança que a adolescência requer; e ainda, declara que a escola e a sala de aula devem ser os lugares que proporcionam a minimização das angústias dessa fase e auxiliam no conhecimento, contribuindo assim para o desenvolvimento e evolução do adolescente.

### 1.2.3 O ambiente familiar e os adolescentes ansiosos

Com a evolução histórica e as mudanças sociopolíticas, econômicas e religiosas, a formação familiar passou por diversas transformações (Zamberlam, 2001).

Maluf (2010) conceitua a família como a união de pessoas, seja por relação conjugal ou parental, envolvida por afeto, interesses comuns e proteção, viabilizando aos indivíduos o desenvolvimento de sua personalidade e de suas capacidades.

Zamberlam (2001) ainda diz, embora as características da família moderna, em que os pais passavam mais tempo fora de casa trabalhando e se distanciavam da educação dos filhos em detrimento da industrialização, sejam refletidas na sociedade atual, hoje, as famílias contemporâneas têm buscado estabelecerem-se como um núcleo que garanta afeto, condições econômicas, sociais e físicas aos seus membros a fim de lhes oferecer maior e melhor estabilidade.

Mesmo que os pais busquem proporcionar um ambiente tranquilo para os seus filhos, uma pesquisa dirigida por Nascimento (2001) em Porto Alegre demonstrou que a ansiedade dos pais afeta diretamente o comportamento dos filhos, tornando-os mais ansiosos. E ainda mostra que, esse efeito atinge principalmente as meninas, que buscam, com maior frequência, a referência dos pais e estão mais atentas às questões emocionais.

Eleyet *al*, realizou uma pesquisa na Suécia, em 2015, com 876 famílias de gêmeos, e constatou que, a conduta ansiosa dos filhos é direta e significativamente influenciada pelos pais, e que, não há evidência de transmissão genética considerável para tal efeito. Ou seja, o estado ansioso dos filhos está mais associado ao ambiente em que vivem, do que com os fatores genéticos que eles possuem.

Russo (2011) desenvolveu um estudo em Lisboa igualmente a respeito da relação da ansiedade entre pais e filhos; e uma de suas averiguações foi que, das causas que corroboram para a ansiedade nos filhos, 41,6% é relativo à superproteção, e também, 41,6% referem-se a contágio emocional, isto é, a transferência das emoções dos pais para os filhos. A pesquisa ainda atesta que, a superproteção colabora para que os filhos tenham dificuldades em desenvolver autoconfiança, relacionar-se com pessoas novas e desconhecidas, e ainda, são mais propensas a desenvolver fobia social.

#### 1.2.4 Escola pública e particular e o nível de ansiedade

No período escolar a ansiedade pode se manifestar por diversos motivos, como, novos relacionamentos e convívio com pessoas de diversas idades, eventos e situações de socialização que exigem adaptação e desejo de aprovação e aceitação pelos grupos (OGUNDOKUN, 2011).

Em um estudo realizado por Pereira, Barros e Mendonça (2012), constata que a ansiedade no ambiente escolar atrapalha o desenvolvimento cognitivo dos alunos. A pesquisa demonstra que existe uma relação significativa entre a ansiedade e os erros cognitivos, que são caracterizados pela interpretação errônea, negativa e depreciativa da realidade, afetando as emoções, pensamentos e comportamento dos indivíduos, prejudicando o seu bem-estar e sua capacidade de adaptação.

Jatobá e Bastos (2007), em sua pesquisa sobre a depressão e a ansiedade com alunos de escolas pública e particular em Recife, ainda constataram que os alunos de escola pública são mais ansiosos e depressivos que os alunos de escola particular. O quadro 2 demonstra os dados de maneira sintetizada:

**Quadro 5 – Comparação dos sintomas de ansiedade e depressão entre alunos de escola pública e particular.**

CARACTERÍSTICAS	PÚBLICA	PARTICULAR
<b>Sintomas depressivos</b>		
Ausentes (%)	85,4	11,6
Leves (%)	12,3	1,7
Moderados (%)	87,1	11,9
Graves (%)	28,2	3,8
<b>Sintomas de suicídio</b>		
Ausência (%)	86,8	13,2
Ideação suicida (%)	94,5	5,5
Tentativa de suicídio (%)	60	40
<b>Ansiedade</b>		
Leve (%)	89,7	10,3
Moderada (%)	77,8	22,2
Severa (%)	85,7	14,3

Fonte: Modificado a partir de Jatobá e Bastos (2007).

### 1.3 Conceito de planejamento

Planejamento é uma ferramenta para gerir possíveis acontecimentos no futuro. Para isso, nele são definidos os objetivos a serem alcançados e os atos e meios para se obter o resultado esperado; e então, iniciam-se os processos de deslocamento da situação atual para o contexto projetado. (MAXIMILIANO, 2004).

Segundo Moreira, Perrotti e Dubner (2003), o planejamento é a elaboração de etapas fundamentadas em técnicas, é a formação de um plano. O planejamento tem por finalidade atingir o máximo desempenho, de maneira eficaz, eficiente e efetiva, por intermédio dos esforços e dos recursos disponíveis. (OLIVEIRA, 2015).

Gandin (2000) afirma que, planejar é transformar a realidade através de planos, programas e projetos. Planejamento vai além de atos mecânicos, requer criatividade, instrumentos técnicos, conhecimentos específicos e análises, ou seja, é um amplo processo. (KUNSCH, 2003).

De acordo com Kwasnick (2004), planejamento refere-se a um plano para a obtenção de vantagem competitiva, e que para a sua elaboração considera-se os fatos do passado e do presente, e avalia as possibilidades do futuro.

O planejamento é a determinação no presente do que deve ser realizado no futuro (KOTLER, 1986). Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), o planejamento bem elaborado maximiza os resultados esperados e minimiza as deficiências. Planejar não é fácil, uma vez que requer tempo e esforço, mas é necessário e imprescindível quando se trata de atingir com eficácia um objetivo. (NAVARRO, 2018).

O planejamento tem a função de conduzir às metas estabelecidas, contudo esse é apenas o final do processo, antes é necessário definir quais caminhos serão seguidos, como os recursos serão alocar e como serão medidos os objetivos (SEBRAE, 2019).

Um bom planejamento deve levar em conta fatores internos e externos, pontos fortes e fracos, cenários e tendências, competitividade e engajamento, uma vez que as estratégias estabelecidas estão ligadas diretamente com as decisões a serem tomadas (CHIAVENATO, 2004).

Segundo Oliveira (2003), o planejamento pode ser dividido em três tipos: Planejamento Estratégico, Planejamento Tático e Planejamento Operacional. Sintetizando, é possível entendê-los como mostra o Quadro 3.

Quadro 6 – Diferenças entre os níveis de planejamento

<b>DIFERENÇAS ENTRE OS NÍVEIS DE PLANEJAMENTO</b>				
<b>Nível</b>	<b>Conceito</b>	<b>Prazo</b>	<b>Responsável</b>	<b>Finalidade</b>
<b>Estratégico</b>	Processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para estabelecer a melhor direção a ser seguida pela empresa, visando ao otimizado grau de interação com o ambiente e atuando de forma inovadora e diferenciada.	Objetivos de longo prazo e com estratégias e ações para alcançá-los que afetam a empresa como um todo	Responsabilidade dos níveis mais altos da empresa	Formulação de objetivos quanto à seleção dos cursos de ação a serem seguidos para sua consecução, levando em conta as condições externas e internas à empresa e sua evolução esperada.
<b>Tático</b>	Metodologia administrativa que tem como finalidade otimizar determinada área de resultado da empresa como um todo. Portanto, trabalha com decomposições dos objetivos, estratégias e políticas estabelecidos no planejamento estratégico.	Objetivos de mais curto prazo e com estratégias e ações que, geralmente, afetam somente parte da empresa.	Desenvolvido pelos níveis organizacionais intermediários	Utilização eficiente dos recursos disponíveis para a consecução de objetivos previamente fixados, segundo uma estratégia predeterminada, bem como as políticas orientativas para o processo decisório da empresa.
<b>Operacional</b>	Formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas.	Foco básico nas atividades do dia-a-dia da empresa.	Elaborado pelos níveis organizacionais inferiores	Execução dos planos de ação ou planos operacionais.

Fonte: Oliveira (2007).

### 1.3.1 Por que o adolescente precisa se planejar?

A administração gera vantagens e melhorias pessoais, como: aumento da autoconfiança, estruturação e conservação de uma vida equilibrada, visão e direção clara do futuro, melhores oportunidades e bem-estar. (MORRISEY, 1992).

Para a realização de um planejamento pessoal, é preciso entender a vida como um projeto integrado, que inclui familiares, amigos, gostos, preferências, trabalho, desejos, sonhos e sua própria história (DINSMORE, 2002). Ou seja, é um projeto que necessita integrar aspectos da vida pessoal com a profissional, para atingir a harmonia e o equilíbrio entre elas. (CAVALCANTE, 2009).

O planejamento pessoal é um meio de gerenciar a própria vida, viabilizando uma melhor organização pessoal e a gestão mais adequada do tempo e dos recursos pessoais, através dos hábitos e das mudanças estabelecidas. (ESTRADA; MORETTO NETO; AUGUSTIN, 2011).

### 1.4 O Manifesto ágil e gestão ágil

Entre 1991 e 1998, o *Agility Fórum do Lacocca Institute* desenvolveu estudos e pesquisas voltados para as estratégias, modelos e melhorias nas práticas de negócios (FRANCO, 2007). Os grandes problemas para os profissionais estavam em aplicar os antigos métodos de gerenciamento em projetos mais inovadores. (DAWSON; DAWSON, 1998).

Em 2001, o movimento ágil se formalizou através da elaboração e assinatura do documento “Manifesto para o Desenvolvimento Ágil de Software”, mais conhecido como “Manifesto Ágil” .(MANIFESTO, 2001).

Os 17 autores e assinantes começaram a propagar então uma nova forma de desenvolver projetos, baseada na agilidade, versatilidade, eficiência na comunicação e otimização do tempo. (AMARAL et al., 2011).

O Gerenciamento Ágil de Projetos (GAP) originou-se da necessidade crescente na área de desenvolvimento de sistemas de informação por uma metodologia mais inovadora, flexível, rápida e adaptável, ou seja, que acompanhasse um contexto dinâmico, que o gerenciamento clássico de projetos não estava conseguindo oferecer (AMARAL, 2011). Os métodos ágeis possuem o

benefício de serem mais ajustáveis e versáteis em comparação aos métodos tradicionais (CARVALHO; MELLO, 2012).

A gestão ágil propõe que o foco do planejamento esteja na execução, pois é a partir dela que serão tomadas das maiores decisões, e que, conseqüentemente, influenciarão no andamento do projeto (CHIN, 2004).

Alguns métodos ágeis usados são: *Scrum*, *Extreme Programming (XP)*, *Lean*, *Kanban*, *Agile Unified Process*, *Feature-Driven Development (FDD)*, *Business Model Canvas* e *Project Model Canvas*, (VALLERÃO; ROSES, 2013; HIGHSMITH, 2012).

#### 1.4.1 *Business Model Canvas*

A palavra *Canvas* pode ser traduzida por quadro ou tela. Em 1956, o americano John Smith criou o conceito de *Business ModelCanvas*, que consistia no desenvolvimento de um plano estratégico ou um plano de negócios utilizando um quadro, ou seja, o *Canvas*. (Camargo, 2014?)

Camargo (2019), explica que o *Canvas* é uma ferramenta dinâmica e prática para realizar análises nas organizações. Através dela é possível observar se todos os pilares da empresa estão caminhando da maneira e na direção correta. É uma forma de obter controle e tomar decisões com base nas necessidades e metas.

Osterwalder (2012), um dos desenvolvedores do *Business Model Canvas*, diz que a ferramenta possibilita ao projetista observar o plano de negócio como um todo, entendendo como todas as etapas se encaixam para que cheguem ao objetivo final, apresentando tudo isso de forma criativa e visual.

Segundo o SEBRAE (2018), o *Business Model Canvas* é uma ferramenta de planejamento estratégico, e que pode ser exposto através de nove blocos (Figura 2):

**Figura 2: Os 9 blocos do business model canvas**



Fonte: Modificado a partir de SEBRAE (2018).

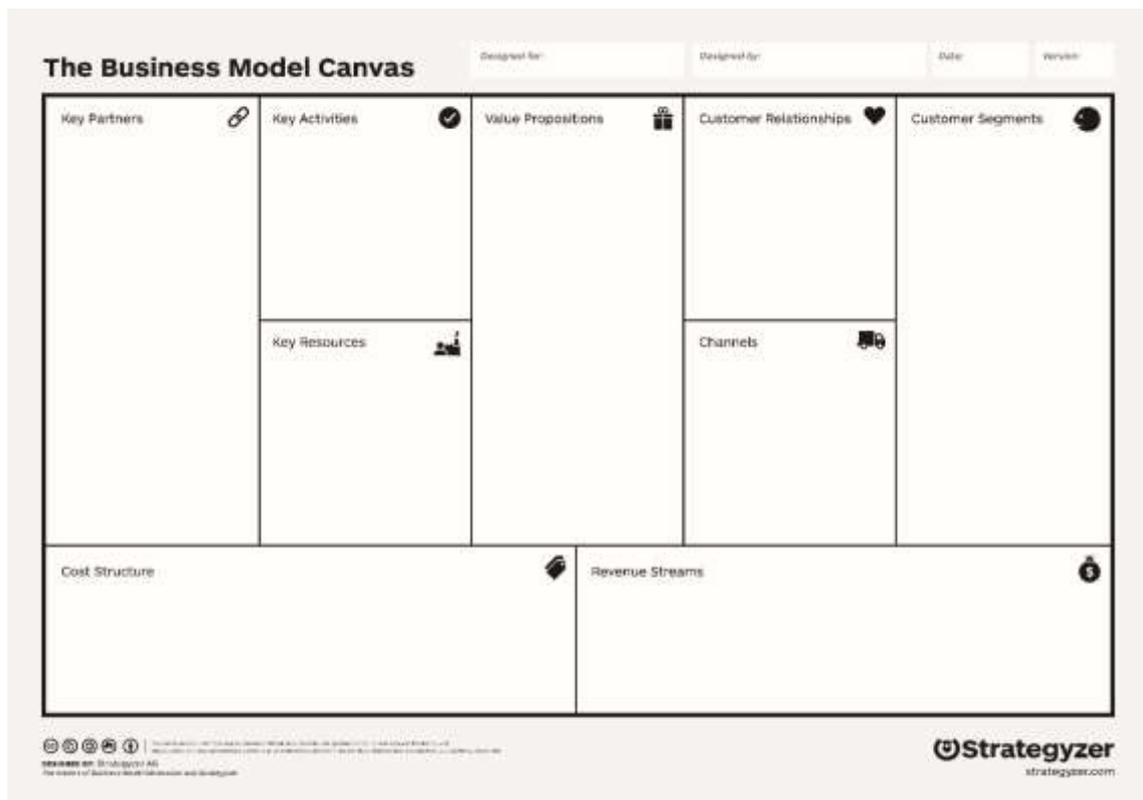
E que podem ser entendidos da seguinte forma:

1. Proposta de Valor: o que a empresa vai colocar no mercado que trará valor para o cliente.
2. Segmento De Clientes: qual o seguimento foco de clientes que se pretende atingir.
3. Os Canais: por quais meios os clientes irão adquirir e receber o produto ou serviço.
4. Relacionamento Com Os Clientes: como a empresa irá se relacionar com os clientes ou com cada seguimentos de clientes.
5. Atividade-Chave: quais são as atividades primordiais a serem desenvolvidas para entregar a proposta de valor.
6. Recursos Principais: recursos indispensáveis para a realização das atividades-chave
7. Parcerias Principais: são as atividades-chave terceirizadas e os recursos principais adquiridos externamente.
8. Fontes de Receita: são as formas de adquirir receita por meio de propostas de valor.

9. Estrutura de Custos: são os principais custos exigíveis para o funcionamento da proposta.

Osterwalder (2010), desenvolveu o modelo do *Business Model Canvas* como mostra a Figura 3 :

**Figura 3: *Business Model Canvas***



Fonte: Osterwalder (2010).

#### 1.4.2 *Project Model Canvas*

Júnior (2013) propôs o *Project Model Canvas* (PMC), um modelo que busca apresentar projetos de maneira simplificada, clara, ajustável à realidade e ao funcionamento da nossa mente.

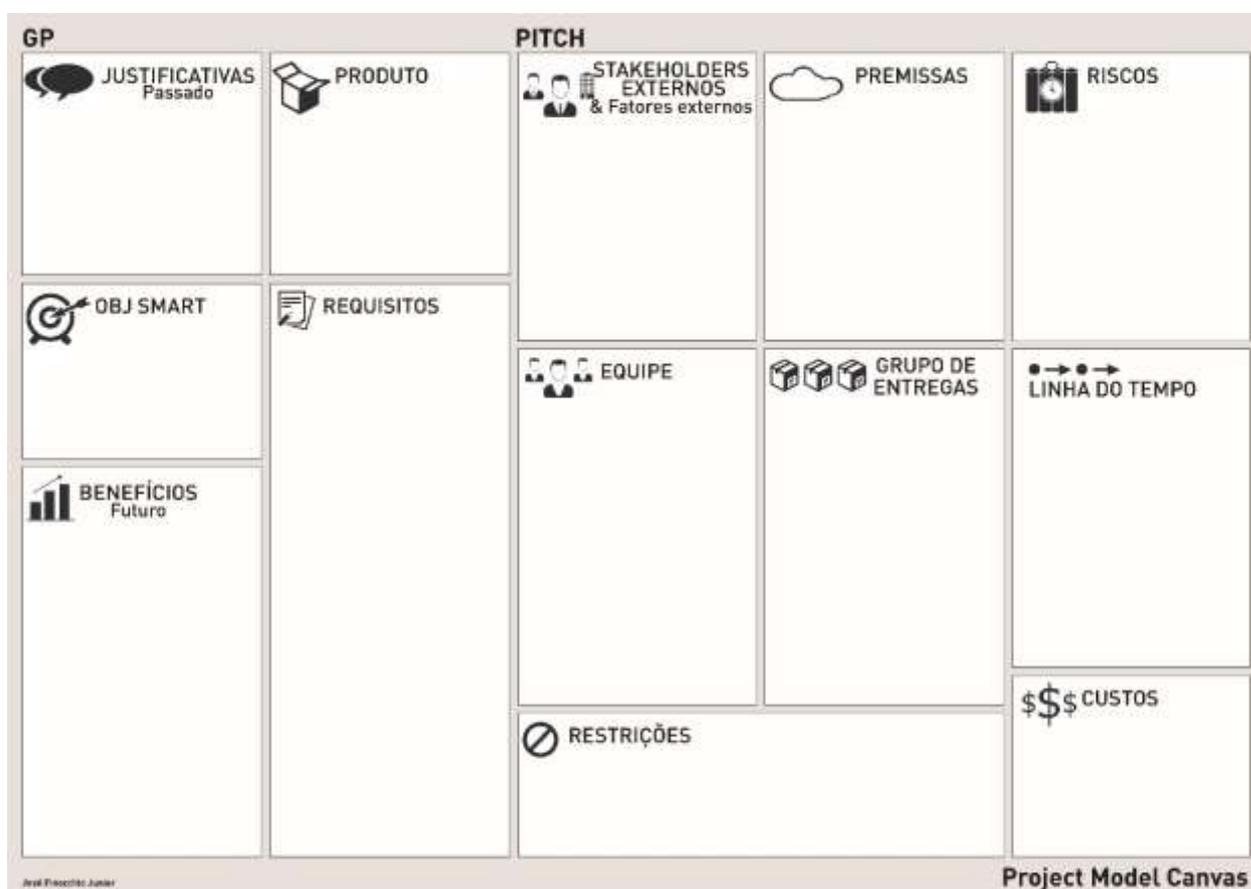
O mesmo autor propõe quatro etapas para o processo de construção do PMC:

- **Conceber:** Baseia-se em responder seis perguntas fundamentais: Por quê? O que? Quem? Como? Quando? Quanto?;
- **Integrar:** Garantir consistência e integração entre os blocos e seus componentes;

- Resolver: É preciso identificar os pontos e momentos em que a montagem foi dificultada por falta de informações, contradições e indefinições;
- Comunicar: Depois de finalizado o Canvas poderá ser usado na produção de outros planejamentos.

O modelo construído por Finocchio (Figura 4), de maneira visual e interativa apresenta as questões fundamentais (O que, quem, como, quando e quanto) para a criação e andamento de um projeto.

**Figura 4: Project Model Canvas**



Fonte: Finocchio(2013).

Finocchio Júnior (2013), descreve e explica as etapas do PMC como:

- **Justificativa (Passado):** Na Justificativa é elencado o problema, a oportunidade não explorada ou a necessidade. A justificativa tem uma entonação um tanto negativa, uma vez que será desenvolvida uma proposta para solucioná-la.

- **Objetivo Smart:** O objetivo é o alvo do projeto, é onde se deseja chegar ou o que se pretende alcançar. O Objetivo Smart é uma sigla para as características específicas nas quais os objetivos devem ser apresentados, são elas:

- **Específico (Specific):** Detalhar com clareza o objetivo;
- **Mensurável (Measurable):** Constatar através de números e dados o que é necessário para atingir o resultado esperado;
- **Alcançável (Attainable):** É ter convicção de que o objetivo estabelecido é atingível e acessível;
- **Realista (Realistic):** Ter recursos e tempo disponíveis para atingir o objetivo;
- **Delimitado no Tempo (Time Bound):** Apresentar o tempo necessário para a realização do projeto, prazo para chegar ao objetivo;

- **Benefícios (Futuro):** o que a empresa ganhará ou conquistará após a implantação e desenvolvimento do projeto, geração de valor, podendo ser tangível ou intangível.

- **Produto:** é o resultado, produto ou serviço do projeto, é o que será entregue de fato ao cliente.

- **Requisitos:** são as características do produto ou serviço determinadas pelo cliente. Os requisitos a serem fixados devem relatar sobre as funções produto, qualidade, desempenho e confiabilidade.

- **Stakeholders Externos e fatores externos:** são os interessados, envolvidos e afetados que não estão subordinados ao gerente de projetos. Os dois principais stakeholders são o cliente (quem adquire o produto/serviço) e o patrocinador (provedor de recursos); que geralmente são a mesma pessoa. Os fatores externos são acontecimentos e fatores que podem afetar o projeto, que o gerente de projetos pode monitorar mas não controlar.

- **Equipe:** são todos os responsáveis e suas funções dentro do projeto, que estão subordinados ao gerente de projetos.

- **Premissas:** são suposições dadas como verdades, mas que estão fora do controle do gerente de projetos, são principalmente referentes ao ambiente externo e aos stakeholders.

- **Grupo de Entrega:** são componentes menores em que os projeto se divide, para que ele seja concluído com os atributos esperados, eles devem ser tangíveis, concretos, mensuráveis e verificáveis. É basicamente o agrupamento das entregas mais importantes.

- **Restrições:** são as limitações, independente da procedência, que afetam o trabalho da equipe.
- **Riscos:** são acontecimentos incertos que podem vir a acontecer e que podem prejudicar o projeto. Os riscos devem ser analisados, classificados e respondidos.
- **Linha do tempo:** datas definidas, ordinalmente, para as entregas dos grupos de entrega, início e término do projeto.
- **Custos:** são os custos do projeto demonstrados de acordo com cada grupo de entrega.

Para Camargo (2019), o *Project Model Canvas* possui componentes lógicos e visuais que respondem as perguntas fundamentais, e as respostas podem ser visualizadas dentro do quadro conforme a Figura 5:

**Figura 5: *Project Model Canvas* e as perguntas fundamentais**



Fonte: Camargo (2019).

Segundo Finocchio Júnior (2015), as perguntas fundamentais são apresentadas no *Project Model Canvas* as quais são respondidas conforme se preenche o quadro. As perguntas são divididas em blocos e abrangem os seguintes quadros da tela:

- **Por quê?**

Quadros: Justificativa, Objetivo Smart e Benefícios.

Responde qual a importância e o valor do projeto. Quais são os problemas e as necessidades que precisam ser atendidos, qual o propósito. Saindo de uma área ruim (Justificativa) e indo para uma área boa (Benefícios), através de uma ponte (Objetivos). Essencialmente é sobre gerar valor.

- **O que?**

Quadros: Produto e Requisitos.

Responde qual será a solução do projeto, podendo ser um produto, serviço ou resultado, e qual a sua qualidade. Essa etapa é traçada segundo os desejos do cliente.

- **Quem?**

Quadros: Stakeholders Externos, fatores externos e Equipe.

Responde sobre quem participa do projeto, interna ou externamente, incluindo os stakeholders, os membros da equipe e o gerente de projetos.

- **Como?**

Quadros: Premissas, Grupos de entregas e Restrições.

Responde como o trabalho será executado, quais são as entregas, os responsáveis e as condições que elas devem atender.

- **Quando e Quanto?**

Quadros: Riscos, Linha do tempo e Custos.

Responde sobre a data de conclusão e os custos do projeto. Mesmo havendo imprecisão, é estipulados os prazos e os custos que envolvem os trabalhos do projeto.

### 1.4.3 *Business Model You*

Seguindo a mesma lógica do *Business Model Canvas*, foi elaborado o *Business Model You (BMYou)*, voltado para desenvolvimento pessoal e profissional, apresentando a mesma estrutura de projeção e exposição, mas com o enfoque no indivíduo. (OSTERWALDER, 2012).

Orofino (2017), descreve o *Business ModelYou* como uma ferramenta de análise que auxilia no autoconhecimento e na tomada de decisão na vida

profissional. E ainda afirma que, não se trata de receitas e fórmulas de autoajuda, mas sim de um processo de autorreflexão.

Miranda (2017), diz que o BMYou, também chamado de *Canvas Pessoal*, é um modelo que facilita o entendimento e a visualização dos objetivos pessoais e profissionais a curto, médio e longo prazo.

O *Business Model You* pode ser apresentado como na Figura 6.

**Figura 6: Business Model You**

### MODELO DE NEGÓCIO PESSOAL

NOME:

<p>PRINCÍPIOS PARCEIRAS </p> <p>QUEM AJUDA VOCE?</p>	<p>ATIVIDADES-CHAVE </p> <p>O QUE VOCE FAZ?</p>	<p>Proposta de valor </p> <p>COMO VOCE OS AJUDA?</p>	<p>RELACIONAMENTO COM CLIENTES </p> <p>COMO VOCES INTERAGEM?</p>	<p>CLIENTES </p> <p>QUEM VOCE AJUDA?</p>
<p>RECURSOS PRINCIPAIS </p> <p>QUEM É VOCE E O QUE VOCE POSSUI?</p>		<p>CANAIS </p> <p>COMO CHEGAM ATE VOCE E COMO VOCE ENTREGA?</p>		
<p>ESTRUTURA DE CUSTOS </p> <p>O QUE VOCE OFERECE?</p>			<p>FONTES DE RECEITAS E BENEFÍCIOS </p> <p>O QUE VOCE GANHA?</p>	

Fonte: Orofino (2017).

Pereira (2019), demonstra a relação entre o *Business ModelCanvas* e o BMYou, como mostra a Figura 10 a seguir:

**Figura 7: Comparação entre BCM e BMYOU**

Business Model Canvas	X	Business Model You
1 Segmentos de Clientes	>>>>	Quem você ajuda:
2 Proposta de Valor	>>>>	Como você ajuda:
3 Canais	>>>>	Como eles chegam até você e como você atua:
4 Relacionamento com o Cliente	>>>>	Como você interage:
5 Fontes de Receita	>>>>	O que você recebe:
6 Recursos Principais	>>>>	Quem você é e o que você tem:
7 Atividades-Chave	>>>>	O que você faz:
8 Parcerias Principais	>>>>	Quem ajuda você:
9 Estrutura de Custo	>>>>	O que você dá.

Fonte: Adaptado de Pereira (2019).

Para Orofino (2017), Miranda (2017) e Pereira (2019), os quadros do BMYou podem ser entendidos e delineados como:

- **Clientes (Quem você ajuda?)**

Inicia-se a modelagem da carreira definindo o tipo de pessoa que se deseja ajudar ou as necessidades que se almeja atender, utilizando dos recursos dispostos e as competências próprias. São essas pessoas que pagam pelo serviço prestado, monetariamente ou com algum outro benefício.

Perguntas: Quem você ajuda? Qual o seu papel nesse serviço? Quais pessoas podem pagar ou oferecer algo por essa tarefa?

- **Proposta de Valor (Como você ajuda seus clientes?)**

Aqui se analisa a importância do serviço para o cliente. Quais são as expectativas e anseios dos clientes para que você os atenda com propostas relevantes.

Perguntas: Por que as pessoas te procuram e quais benefícios você oferece a elas? Quais problemas você resolve e quais os resultados para os clientes?

- **Canais (Como os clientes chegam até você e como você atua?)**

Nesta etapa são apresentados os meios pelos quais as pessoas o conhecerão e terão acesso a você. Afinal, uma proposta de valor se torna ineficiente se ninguém souber dela. Esse bloco aborda três fases: divulgação da proposta de valor; contato com os clientes ativos; e, acompanhamento e manutenção dos clientes conquistados.

Perguntas: Como as pessoas podem te descobrir? Como descobrirão se você pode suprir suas necessidades? As pessoas almejam o que você oferece? Como você sabe que as pessoas ficam satisfeitas com você?

- **Relacionamento com o cliente (Como você interage?)**

Nesse passo é decidido como será a interação com o cliente: pessoal, impessoal, via internet ou automatizada. Essa escolha deve ser feita conforme as necessidades e pretensões dos clientes. ]Perguntas: Como você interage com as pessoas? Esse relacionamento está ótimo ou pode melhorar? O seu contato com as pessoas que ajuda é frequente ou pode melhorar? Você busca aumentar o número de pessoas na sua rede de relacionamentos?

- **Fontes de Receita (O que você recebe?)**

Nesta etapa é registrado todas as fontes de receita, o que é ganho pelo serviço que prestado. Lembrando, esse pagamento pode ser intangível e emocional.

Perguntas: O que ganha ajudando as pessoas? Qual o seu valor para elas? Até quanto as pessoas estão dispostas a pagar pelo seu serviço? Como as pessoas preferem pagar?

- **Recursos Principais (O que você é e o que você tem?)**

Nesta fase identifica-se as principais habilidades e competências a seres utilizadas. É importante ressaltar experiências, capacitações, gostos, preferências, interesses, personalidade e valores. Nesse processo de investigação, diferencia-se “o que você é” de “o que você possui”: O que você é: Interesses, talentos, habilidades, competências e personalidade; O que você possui: Conhecimento, experiência e contatos pessoais e profissionais.

Perguntas: Quem é você? O que você tem? Quais são os seus talentos? O que você gosta de fazer? O que você sabe fazer? Quais são os seus interesses? O que te motiva?

- **Atividades-Chave (O que você faz?)**

O que deve ser feito para que o *Canvas Pessoal* seja mantido. Pode ser apresentado na forma de checklist, com afazeres e prazos. São ações que dependem dos recursos principais. São atividades verdadeiramente importantes que demonstrem que o serviço prestado se distingue dos demais.

Perguntas: O que você faz? Qual o seu diferencial? Quais as atividades preferidas? O que você faz com frequência? O que você faz de interessante?

- **Parcerias Principais (Quem ajuda você?)**

São as pessoas que te ajudam e auxiliam no desenvolvimento e na realização das atividades-chave para que seja entregue com êxito a proposta de valor.

Perguntas: Quem te ajuda? Com quem você trabalha? Quem te apoia? O que os seus parceiros oferecem para sua vida pessoal e profissional? Quem seria importante ter como parceiro?

- **Estrutura de Custo (O que você dá?)**

Neste bloco descreve-se o que é oferecido para prestar esse serviço, quais custos são exigidos. Está relacionado a tempo, esforço e recursos financeiros requeridos. Esses custos podem ser: Tangíveis, como horas extras, cursos, aperfeiçoamentos, internet, viagens, ferramentas; Intangíveis, como tempo, empenho, energia, estresse e cansaço.

Perguntas: O que você tem a oferecer? Do que você vai renunciar para ajudar? Do que você pode abdicar para atingir seus objetivos? O quanto você está disposto a investir em você? Quais são os seus custos tangíveis e intangíveis?

#### 1.4.4 Plano de ação: 5W2H

A ferramenta 5W2H foi criada no Japão, para ser usada na fase de planejamento e contribuir na utilização do ciclo PDCA. Ela foi usada inicialmente por profissionais da indústria automobilística. (SILVA *et al*, 2013).

O 5W2H corresponde a um plano de ação para as atividades que são pré-estabelecidas, realizando um mapeamento das mesmas, uma vez que elas precisam ser desenvolvidas com clareza, respondendo às perguntas fundamentais e depois organizando-as. (POLACINSKI *et al*, 2012).

Para Alvarez (2010), é neste mapeamento em que são apresentadas as informações mais relevantes para o projeto, processo ou atividade.

Através dela, se estabelece prazos, objetivos, métodos, recursos e responsabilidades; ou seja, é empregada para a sistematização de processos, construção de planos de ação e delimitação de processos de indicadores (JUNIOR *et al*, 2006).

Nakagawa (2014), diz que o 5W2H pode ser usado tanto sozinho quanto em conjunto com outras ferramentas analíticas, sendo útil para a tomada de decisões simples ou na implantação de ações baseadas em várias decisões.

Essa ferramenta, diferente de muitas metodologias de gestão, é simples, eficiente e completa; e ainda, é dinâmica, já que pode ser alterada pontualmente mesmo depois do plano de ação já tenha sido colocado em prática (MEIRA, 2003).

De acordo com Carpinetti (2010), 5W2H é uma sigla para as seguintes palavras em inglês: *what* (o que), *why* (por quê), *where* (onde), *who* (quem), *when* (quando), *how* (como) e *howmuch* (quanto custa).

Meira (2003), estrutura a ferramenta de maneira simples e clara, definindo cada ação, como mostra o Quadro 4.

**Quadro 4 – etapas 5W2H**

MÉTODO DA FERRAMENTA 5W2H			
5W	<i>What?</i>	O que?	Que ação será executada?
	<i>Who?</i>	Quem?	Quem irá executar/participar da ação?
	<i>Where?</i>	Onde?	Onde será executada a ação?
	<i>When?</i>	Quando?	Quando a ação será executada?
	<i>Why?</i>	Por quê?	Por que a ação será executada?
2H	<i>How?</i>	Como?	Como será executada a ação?
	<i>How much?</i>	Quanto custa?	Quanto custa para executar a ação?

Fonte: Meira (2003) adaptado pela autora.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

O método de pesquisa a utilizado foi o bibliográfico, que segundo Gil (2002), é desenvolvido com base em materiais já elaborados, como por exemplo, livros e artigos científicos.

Macedo (1994) afirma também que, a pesquisa bibliográfica é a busca por informações nas bibliografias, a seleção e a relação de documentos com o problema da pesquisa e o fichamento das referências para uma posterior utilização.

A primeira parte dessa análise está voltada para a conceituação de adolescência e das mudanças que acontecem neste período.

A segunda parte se volta para as teorias do planejamento pessoal e da auto-organização. Buscando como referência as fontes primárias de informação, para assim fundamentar os conceitos de maneira completa e concisa.

Em seguida foram analisadas algumas ferramentas de planejamento, e apresentado o que foi o Manifesto Ágil e quais modelos sugeriram a partir dele.

Após essas observações, foram investigadas duas ferramentas que podem ser utilizadas e aplicadas na rotina para auxiliarem no desenvolvimento do planejamento pessoal de adolescentes, são elas: o *Project Model Canvas* e a 5W2H.

Os resultados apresentados se dão através da relação entre os estudos já realizados por outros autores e a aplicabilidades do *Project Model Canvas* e da 5W2H na organização pessoal.

## 3. RESULTADOS

Perante a pesquisa realizada sobre o processo da adolescência, foi possível verificar que esta fase é marcada por mudanças, inconstâncias, incertezas e pela busca por autoconhecimento; todavia, é neste momento, que os adolescentes começam a tomar decisões sozinhos. Portanto, esse é um período propício para ajudá-los a organizar os seus pensamentos, ideias e ações, para que possam alcançar as suas metas pessoais.

Notou-se ainda, que o adolescente dessa geração tem enfrentado um alto nível de ansiedade e depressão decorrentes das mudanças sociais e culturais que vêm acontecendo, e de maneira acelerada alteram o modo como interagem com outras pessoas, com a tecnologia, com os estudos e até mesmo a maneira como se organizam para o futuro.

Com base nos autores estudados, constatou-se que o planejamento e as suas ferramentas não são importantes e necessários somente dentro das organizações, mas que também possuem papéis relevantes na organização da vida pessoal e auxiliam no alcance de objetivos e sonhos.

Diante das ferramentas de planejamento estudadas neste trabalho, verificou-se que cada uma delas apresenta uma função própria, um nível de complexidade, e ainda, um limite de adaptabilidade para serem usadas além dos níveis gerenciais e passíveis de serem aplicadas no planejamento pessoal.

Algumas das ferramentas oferecem níveis de flexibilidade maiores do que outras. Para que seja possível utilizá-las no planejamento pessoal e ajustá-las para o nível de conhecimento técnico dos adolescentes, foi necessário escolher um modelo que pudesse ser facilmente moldado e descomplicado, não exigindo conhecimentos específicos.

Analisou-se através desta pesquisa alguns dos modelos Canvas disponíveis no mercado, e que servem para diferentes fins. Como o *Business Model Canvas*, que é direcionado para o planejamento organizacional; o *Project Model Canvas* que é utilizado em projetos e o *Business Model You* que é voltado para o conhecimento pessoal.

Com base no estudo desses diferentes modelos de Canvas, foi apurado que o modelo mais adequado para o planejamento pessoal dos adolescentes é o *Project Model Canvas*, pois através dessa ferramenta é possível traçar objetivos próprios mais claramente e os meios para atingi-los, diferente do *Business Model Canvas*, que possui conceitos e estratégias mais empresariais, e do *Business Model You*, mais voltado para o autoconhecimento.

Através dessa análise, outra ferramenta foi atribuída como funcional e prática para o uso de adolescentes, a 5W2H. A apresentação que a 5W2H expõe é simplificada, fácil de ser escrita e auxilia na execução das ações. Diante dessas características, ela se encaixa nas necessidades e no nível de conhecimento dos adolescentes, sendo uma ótima opção a ser aplicada.

Então, perante a condição dos adolescentes neste período e preocupando-se com o alcance das suas metas e sonhos pessoais, um modelo simples foi elaborado. Com o objetivo de auxiliá-los no planejamento, e tendo em vista que a maioria não possui conhecimento técnico específico, uma ferramenta prática foi criada, baseando-se nas estratégias do *Project Model Canvas* e da 5W2H. O modelo desenvolvido é demonstrado na Figura 08 e a Figura 09 demonstra e exemplifica o preenchimento da ferramenta.

**Figura 8 – Ferramenta desenvolvida**

NOME DO SONHO / PROJETO / META		
SEU NOME		
 <p><b>2 - QUEM?</b></p> <p>Quem vai participar? Alguém vai estar junto com você? Quem vai te ajudar?</p>	<p>FOTO / IMAGEM</p>	 <p><b>5 - POR QUÊ?</b></p> <p>Por que você quer isso? O quanto você quer isso? O que você ganha com isso?</p>
 <p><b>3 - ONDE?</b></p> <p>Onde você está hoje? Onde você pretende chegar? Onde pretende ir?</p>	 <p><b>1 - O QUE?</b></p> <p>O que você quer? O que pretende comprar? O que pretende fazer?</p>	 <p><b>6 - COMO?</b></p> <p>O que você precisa fazer? Como vai fazer para chegar lá? Quais os passos você precisa seguir?</p>
 <p><b>4 - QUANDO?</b></p> <p>Quando Pretende começar? Quando pretende terminar? Quando pretende chegar ou ir?</p>	<p>FOTO / IMAGEM</p>	 <p><b>7- QUANTO?</b></p> <p>Quanto tudo isso vai custar? Quanto você vai ter que gastar? Quanto ainda falta?</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

**Figura 3 – Exemplo de preenchimento da ferramenta desenvolvida**

MINHA GRANDE QUEDA!		
Gabi		
 <p><b>2 - QUEM?</b> Eu (Gabi) e Daniel.</p>		 <p><b>5 - POR QUÊ?</b> É meu sonho saltar de paraquedas! Quero muito realizá-lo! Vai ser um momento único e inesquecível.</p>
 <p><b>3 - ONDE?</b> Boituva - SP</p>	 <p><b>1 - O QUE?</b> Saltar de paraquedas.</p>	 <p><b>6 - COMO?</b> 1 – Guardar R\$ 117,00 da mesada durante 3 meses (out, nov. e dez.) 2 – Combinar com o Daniel o dia, horário e rota da viagem (12/11) 2 – Sacar dinheiro para a viagem (10/12) 3 – Organizar mochila para a viagem (11/12) 4 – Saída para Boituva dia 12/12 às 05:00</p>
 <p><b>4 - QUANDO?</b> Dia 12/12/2020</p>		 <p><b>7- QUANTO?</b> Custo do salto = R\$ 200,00 Custo da viagem = R\$ 150,00 Custo Total = R\$ 350,00</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

A ferramenta então, de maneira descomplicada, aplica as estratégias e metodologias provenientes das ferramentas de gestão ágil e do plano de ação; consequentemente, despertam no adolescente hábitos de planejamento, autoconhecimento, responsabilidade e organização.

Além disso, baseando-se nos desejos dos adolescentes e nos aspectos visuais e de interação dinâmica com a ferramenta, é possível instigar a sua criatividade, motivá-los no trabalho, estimulá-los à autogestão e impulsioná-los no crescimento pessoal e profissional.

#### 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Atentando-se para a revisão bibliográfica exposta e comparando a com os resultados apresentados, foi possível constatar que o planejamento pessoal é um

requisito importante na adolescência, pois auxilia na tomada de decisões e na organização de ideias e ações pessoais.

Fundamentando-se nos estudos sobre as ferramentas Canvas e nas suas diferentes características e funções, essa pesquisa verificou que para o planejamento pessoal dos adolescentes, o melhor modelo é o *Project Model Canvas*. O quadro 5 mostra uma comparação simples da utilização dessas ferramentas.

#### Quadro 5 – Comparação entre Canvas

<b>COMPARAÇÃO ENTRE AS FERRAMENTAS CANVAS</b>		
<b><i>Project Model Canvas</i></b>	<b><i>Business Model Canvas</i></b>	<b><i>Business Model You</i></b>
Desenvolvido para a área de projetos, tem como finalidade criar e acompanhar o seu andamento, sendo possível analisá-lo com clareza e simplicidade e podendo facilmente ajustá-lo quando necessário.	Voltado para a área empresarial e projetado para a visualização rápida e prática do plano de negócios.	Dirigido para o desenvolvimento pessoal e profissional, auxilia no autoconhecimento e na autorreflexão.

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando então as especificações de cada modelo, o *Project Model Canvas* possui a melhor abordagem para o planejamento pessoal dos adolescentes. Isso se deve a dois principais motivos; primeiro, pode ser facilmente adaptado para o planejamento pessoal, contando com uma didática simples; e segundo, está mais voltado para o processo de execução. E unindo essa metodologia à ferramenta 5W2H, torna o planejamento ainda mais prático e funcional, juntando e adequando as perspectivas do adolescente ao plano de ação.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o embasamento bibliográfico apresentado, as funcionalidades das ferramentas de planejamento e as comparações entre aquelas que poderiam ser

aplicadas no planejamento para adolescentes, foram possíveis averiguar que a junção das estratégias do *Project Model Canvas* com a 5W2W, possibilita um método simplificado para adolescentes.

Foi possível investigar e analisar a importância do planejamento pessoal na adolescência para a tomada de decisões bem como descrever a importância da administração pessoal; Demonstrar a necessidade do planejamento próprio na vida dos adolescentes; Estudar os modelos *Project Model Canvas* e o 5W2H como meios práticos de planejamento pessoal na adolescência; Elaborou-se um modelo simples, baseado nas metodologias estudadas, para o planejamento pessoal de adolescentes. Por fim respondeu as seguintes perguntas: O planejamento pessoal é importante na adolescência? O modelo *Project Model Canvas* e o 5W2H podem ser utilizados para auxiliar na autogestão por adolescentes?

Portanto, a partir das análises expostas, foi possível desenvolver uma ferramenta para auxiliar adolescentes a estabelecerem suas metas e planejar como alcançá-las, através de uma apresentação visual simples e dinâmica.

O presente estudo não pode aplicar a ferramenta e testar a sua usabilidade, entretendo, pode servir de base para uma posterior pesquisa, experimental e analítica, da real funcionalidade do método desenvolvido.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, D. C. et al. **Gerenciamento ágil de projetos**: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011.

AMARAL, V. L. do. **Psicologia da educação**: Vera Lúcia do Amaral. Natal: EDUFRRN, 2007.

AMBRÓSIO, A.; AMBRÓSIO, V. A Matriz BCG passo a passo. Revista da ESPM, São Paulo, v. 12, ano II, 2005.

BALLESTERO-ALVAREZ, M. E. **Gestão de qualidade, produção e operações**. São Paulo: Atlas, 2010.

BATISTA, M. A.; OLIVEIRA, S. M. S. S. **Sintomas de ansiedade mais comuns em adolescentes**. São Paulo: Psic, v. 6, n. 2, p. 43-50, dez. 2005. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1676-73142005000200006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-73142005000200006&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 20 de out. de 2019.

BECKER, D. **O que é adolescência**. 7. ed. São Paulo: Editora brasiliense, 1989.

BETHLEM, A. S. **Estratégia empresarial**: conceitos, processos e administração estratégica. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. **Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em: 02 de set. de 2019.

BRITO, C. H. Artigo: **Planejamento Pessoal e Profissional** / Camila Harder de Brito. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – Assis, 2014. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1111390372.pdf>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

BRITO, I. **Ansiedade e depressão na adolescência**. Lisboa: RevPortClin Geral, v. 27, n. 2, p. 208-214, mar. 2011. Disponível em: [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0870-71032011000200010&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0870-71032011000200010&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 20 de out. de 2019.

BLOOM, P. N.; KOTLER, P.; HAYES, T. **Marketing de Serviços Profissionais**. 2.ed. Barueri: Editora Manole Ltda, 2002.

BRASIL NO PISA 2015: **análises e reflexões sobre o desempenho dos estudantes brasileiros** / OCDE-Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Fundação Santillana, 2016.

BUILDER, Project. 5W2H – **O que é e como utilizá-lo?** Project Builder, 2017. Disponível em: <https://www.projectbuilder.com.br/blog/5w2h-o-que-e-e-como-utiliza-lo/>. Acesso em: 26 de mar. de 2019.

CAMARGO, R. **O Canvas.PM Visual**. Disponível em: <http://www.pmvisual.com.br/o-canvas/>. Acesso em: 29 de jan. de 2020.

CAMARGO, R. **O que é Canvas? E como pode auxiliar em seus projetos?** Robson Camargo – Projetos e Negócios. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/O-que-e-Canvas>. Acesso em: 08 de dez. de 2019.

CAMARGO, R. **Project Model Canvas para gerenciamento de projetos.** Robson Camargo – Projetos e Negócios. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/projec-model-canvas-para-gerenciamento-de-projetos>. Acesso em: 31 de jan. de 2020.

CANVAS: **como estruturar seu modelo de negócio.** SEBRAE, 2018. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/como-estruturar-seu-modelo-de-negocio/>. Acesso em: 27 de jan. de 2020.

CARVALHO, B. V. de; MELLO, C. H. P. **Aplicação do método ágil scrum no desenvolvimento de produtos de software em uma pequena empresa de base tecnológica.** Gest. Prod. [online]. vol.19, n.3, p. 557-573, 2012.

CASTILLO, A. R. GL et al. **Transtornos de ansiedade.** São Paulo: Rev. Bras. Psiquiatr., v. 22, supl. 2, p. 20-23, dezembro de 2000. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-44462000000600006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44462000000600006&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 20 de out. de 2019.

CAVALCANTE, A. **O que realmente importa?** São Paulo: Gente, 2009.

CHIAVENATO, I. **Administração Nos Novos Tempos.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2004.

CHIAVENATO, I. **Introdução a Teoria Geral Da Administração.** 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2003.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico.** 12 Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2003.

CHIN, G. L. **Agile Project Management: How to Succeed in the Face of Changing Project Requirements.** Amacon, 2004.

CLARK, T. **Business ModelYou: o modelo de negócio pessoal – o método de uma página para reinventar a sua carreira.** Rio de Janeiro, Alta Books, 2013.

DAYCHOUW, M. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento,** Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

DAYCHOUM, M. **40+20 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento.** Rio de Janeiro: Brasport, 2018.

DAWSON, R.; DAWSON, C. (1998). **Practical proposals for managing uncertainty and risk in project planning.** *International Journal of Project Management*, 299- 310. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1016/S0263-7863\(97\)00059-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0263-7863(97)00059-8). Acesso em: 17 de out. de 2020.

DINSMORE, P. C. **O projeto Você**. São Paulo, dez. 2002. Revista Você S/A. São Paulo, n. 54, p. 52-9, dez. 2002.

DUBNER, A. G.; MOREIRA, J. C. T.; PASQUALE, P. P. **Dicionário de Termos de Marketing**, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ELEY, T. C. et. Al. **A transmissão intergeracional de ansiedade**: um estudo de filhos de gêmeos. *American Journal of Psychiatry*, v. 172, n.7, p. 630-637, 2015.

ESTRADA, R. J. S., MORETTO NETO, L.; e AUGUSTIN, E. S. **Planejamento Estratégico Pessoal**. *Revista de Ciências da Administração*, 2011 p.105-125.

FINOCCHIO JUNIOR, J. **Project Model Canvas**: gerenciamento de projetos sem burocracia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

FINOCCHIO JUNIOR, J. **PM Canvas Project Management**, 2013. Disponível em: <http://pmcanvas.com.br/>. Acesso em: 08 de dez. de 2019.

FINOCCHIO JUNIOR, J. **A Lógica do PM Canvas**. 9 min. 21 seg. Publicado pelo canal Jose Finocchio. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=te-wbf\\_gB9I](https://www.youtube.com/watch?v=te-wbf_gB9I). Acesso em: 17 de out. de 2020.

FINOCCHIO JUNIOR, J.. **Finocchio passa metodologia do Project Model Canvas**. 27 min. 34 seg. Publicado pelo canal Jose Finocchio. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=INfHODEQ-c8>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

FRANCO, E. F. **Um modelo de gerenciamento de projetos baseado nas metodologias ágeis de desenvolvimento de software e nos princípios da produção enxuta**. 2007. Dissertação (Mestrado em Sistemas Digitais) – Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. doi:10.11606/D.3.2007.tde-09012008-155823. Acesso em: 25 de set. de 2020.

GANDIN, D. **A prática do planejamento participativo**: na educação e em outras instituições, grupos e movimentos dos campos cultural, social, político, religioso e governamental. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

GIL, A C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HABIGZANG, L. F.; DINIZ, E., KOLLER, S. H. **Trabalhando com Adolescentes**: Teoria e Intervenção Psicológica. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

HIGHSMITH, J. **Gerenciamento ágil de projeto**: Criando Produtos Inovadores. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, v. 1, 2012.

JATOBA, J. D'A. V. N.; BASTOS, O. **Depressão e ansiedade em adolescentes de escolas públicas e privadas**. *Rio de Janeiro: J. bras. psiquiatr.*, v. 56, n. 3, p. 171-179, 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0047-20852007000300003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852007000300003&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 20 de out. de 2019.

JUNIOR, I. M.; CIERCO, A. A.; ROCHA, A. V.; MOTA, E.B.; LEUSIN, S. **Gestão da qualidade**. 8 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P.; **A Estratégia em Ação Balanced Scorecard**. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 1997

KOTLER, P.; e KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson, 2007.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: análise, planejamento e controle. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1986.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MALUF, A.C.R.F.D. **Novas modalidades de família na pós-modernidade**. 2010. Tese (Doutorado em Direito Civil) - Faculdade de Direito, University of São Paulo, São Paulo, 2010. doi:10.11606/T.2.2010.tde-31012011-154418. Acesso em: 30 de nov. de 2019.

MANIFESTO para **Desenvolvimento Ágil de Software**, 2001. Disponível em: <http://agilemanifesto.org/>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

MATURANO, A. C. **Bagunça em casa pode desgastar o relacionamento entre pais e filhos**. Portal de notícias G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/dicas-para-pais-e-filhos/2012/11/01/bagunca-em-casa-pode-desgastar-o-relacionamento-entre-pais-e-filhos/>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

MAXIMIANO, A. C. A.. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

MAXIMILIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**: da revolução urbana à revolução digital. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MEIRA, R. C. **As ferramentas para a melhoria da qualidade**. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

MENEGOLLA, M.; SANT'ANNA, I. M.. **Por que planejar? Como planejar?:** Currículo, área, aula. Rio de Janeiro: Editora Vozes Limitada, 2011.

MINTZBERG, H. **Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2004.

MIRANDA, E. CANVAS Pessoal – **Construindo a estratégia de desenvolvimento pessoal**. GP4US Project Management Digital Magazine, 2017. Disponível em: <https://www.gp4us.com.br/canvas-pessoal/>. Acesso em: 29 de jan. de 2020.

MORRISEY, G. L. **Creating Your Future**: personal strategic planning for professionals. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers, 1992.

MOTA, L. CANVAS: **O que é e para que serve?**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/canvas-o-que-e-e-para-que-serve/109236/>. Acesso em: 22 de mar. de 2019.

MUNIZ, C. **Desorganização atrapalha funcionamento do cérebro e provoca estresse**. Portal de notícias G1. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/desorganizacao-atrapalha-funcionamento-do-cerebro-provoca-estresse-18528794.html>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

NAKAGAWA, M. **Ferramenta 5W2H – Plano de Ação para Empreendedores**. Globo, 2014.

NASCIMENTO, C. R. R. **Relações entre a resposta de ansiedade de pais e mães e a reposta de ansiedade de seus filhos**. Estud. psicol. (Campinas), Campinas, v. 18, n. 2, p. 17-28, ago. 2001. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-166X2001000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-166X2001000200002&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 01 de dez. de 2019.

NASIO, J. D. **Como agir com um adolescente difícil?**: Um livro para pais e profissionais. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

OECD (2017), PISA 2015. **Results: Students' Well-Being**, PISA, OECD. Paris: Publishing. 3. Vol. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264273856-en>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

OGUNDOKUN, M. O. **Learning style, school environment and test anxiety as correlates of learning outcomes among secondary school students**. *IfePsychologia*, v. 19, p. 321-336, 2011.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento Estratégico** - Conceitos, Metodologia, Práticas, 33. Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2015.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. 19. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 23. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Administração estratégica na prática**: a competitividade para administrar o futuro das empresas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OROFINO, M. A. **Business Model You** – um método para reinventar a carreira e a si mesmo. Maria Augusta Business Innovation, 2017. Disponível em: <https://www.mariaaugusta.com.br/business-model-you-um-metodo-para-reinventar-a-carreira-e-a-si-mesmo/>. Acesso em: 27 de jan. de 2020.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios: Um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

OSTERWALDER, A. **Business Model Canvas**. Alex Osterwalder, 2010. Disponível em: <http://alexosterwalder.com/>. Acesso em: 31 de jan. de 2020.

OSTERWALDER, Alexander. Alexander Osterwalder: **Tools for Business Model Generation**. Stanford Technology Ventures Program, jan. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8GlbCg8NpBw>>. Acesso em: 28 de jan. de 2020.

PALESTRA LEILA NAVARRO - **Jeito Sebrae-SP**. 1h 02min. 18seg. Publicado no canal Sebrae SP. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0H2B5mzYui0>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

PADOVEZE, C.L. **Controladoria Estratégica e Operacional**. Cengage Learning, 2007, p.122-123.

COLÉGIO PENTÁGONO. **As neurociências e a adolescência: um olhar cuidadoso sobre uma época de ascendência**. *Jornal Estadão*. Disponível em: <https://educacao.estadao.com.br/blogs/colégio-pentagono/as-neurociencias-e-a-adolescencia-um-olhar-cuidadoso-sobre-uma-epoca-de-ascendencia/>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

PEREIRA, A. I. F.; BARROS, L.; MENDONÇA, D. **Cognitive errors and anxiety in school aged children**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 25, n. 4, pp.817-823. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=188/18825219022>. Acesso em: 07 de dez. de 2019.

PEREIRA, D. **O que é o Business Model Canvas**. Daniel Pereira - O Analista de Modelo de Negócios, 2016. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/o-que-e-o-business-model-canvas/>. Acesso em: 30 de jan. de 2020.

PEREIRA, D. **Business ModelYou: O seu Modelo de Negócios Pessoal**. Daniel Pereira - O Analista de Modelo de Negócios, 2019. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/?s=business+model+you>. Acesso em: 31 de jan. de 2020.

POLACINSKI, É.; et al. **Implantação dos 5Ss e proposição de um SGQ para uma indústria de erva-mate**. *Revista ADMPG*, v. 6, n. 1, 18 jul. 2013. Disponível em: <https://revistas.apps.uepg.br/index.php/admpg/article/view/14018>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

RAYA, L. C. **Da Infância à Adolescência**: da Teoria à Prática. Rio Claro: Rafael Raya Junior, 1978.

RITOSSA, C. M. **Marketing pessoal**: quando o produto é você. 2. ed. Curitiba: Ibpex, 2011.

RUSSO, V.; CHAMORRO, S. F. C. **Atribuições parentais em relação à ansiedade dos filhos**: estudo exploratório com crianças ansiosas. Tese de mestrado, Psicologia (Secção de Psicologia Clínica e da Saúde - Núcleo de Psicologia Clínica da Saúde e da Doença), Universidade de Lisboa, Faculdade de Psicologia, 2011.

SANTROCK, J. W. **Adolescência**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda., 2014.

SEBRAE. **Três ferramentas para auxiliar no planejamento estratégico do negócio**. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tres-ferramentas-para-auxiliar-no-planejamento-estrategico-do-negocio,c55b6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=qualidade%20do%20produto,Balanced%20Scorecard%20\(BSC\),adequados%2C%20profissionais%20motivados%20e%20competentes](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tres-ferramentas-para-auxiliar-no-planejamento-estrategico-do-negocio,c55b6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=qualidade%20do%20produto,Balanced%20Scorecard%20(BSC),adequados%2C%20profissionais%20motivados%20e%20competentes). Acesso em: 17 de out. de 2020.

SEBRAE. **Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa**. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

SEBRAE. **6 ferramentas para o planejamento estratégico da sua empresa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/6-ferramentas-para-o-planejamento-estrategico-da-sua-empresa,281479e90d205510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

SEBRAE. **10 ferramentas para validar e executar novas ideias**. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/10-ferramentas-para-validar-e-executar-novas-ideias,c30d9594aaff6510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

SEBRAE. **5W2H: tire suas dúvidas e coloque produtividade no seu dia a dia**. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5w2h-tire-suas-duvidas-e-coloque-productividade-no-seu-dia-a-dia,06731951b837f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

SERTEK, P.; GUINDANI, R. A.; MARTINS, T. S. **Administração e planejamento estratégico**. Curitiba: Editora Ibpex, 2007.

Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional - SBIE. **Conheça os tipos de ansiedade mais comuns**. Disponível em: <http://www.sbie.com.br/blog/conheca-os-tipos-de-ansiedade-mais-comuns/>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

SILVA, A. O. da, et al. **Gestão da Qualidade**: Aplicação da Ferramenta 5W2H como Plano de Ação para Projeto de Abertura de uma Empresa. Faculdade Horizontina – FAHOR, 2013.

SILVEIRA, H. **SWOT: Inteligência Organizacional e Competitiva**. Org. Kira Tarapanoff. Brasília. 1. Ed. UNB, 2001.

TAMAYO, A. **Impacto dos Valores Pessoais e Organizacionais sobre o Comprometimento Organizacional**. In: TAMAYO, A; PORTO, J. Valores Comportamentais nas Organizações. Petrópolis: Editora Vozes. 2005. P. 160-186.

TAVARES, M. C. **Gestão estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

U.S. Department of Health and Human Services, Office of Adolescent Health, Adolescent Development Explained, Washington, D.C: U.S. Government Printing Office, November 2018. Disponível em: [www.hhs.gov/ash/oah/adolescent-development/explained](http://www.hhs.gov/ash/oah/adolescent-development/explained). Acesso em: 17 de out. de 2020.

VALADARES, M.C.B. **Planejamento Estratégico Empresarial**. Rio de Janeiro: QualityMark, 2002.

VALENTIM, M. **Métodos e técnicas de planejamento**. Marília: Universidade Estadual Paulista-Unesp, 2018. Disponível em: [http://www.valentim.pro.br/data/documents/Metodos\\_Tecnicas\\_Planejamento.pdf](http://www.valentim.pro.br/data/documents/Metodos_Tecnicas_Planejamento.pdf). Acesso em: 26 de mar. de 2019.

VALLERÃO, A. G.; ROSES, L. K. **Monitoramento e Controle de Projetos de Desenvolvimento de Software com o Scrum**: Avaliação da Produção Científica. Revista de Gestão e Projetos, v. 4, n. 2, p. 100-127, 2013.

Vargas, K. d., Moura, G. L., Bueno, D. d., & Paim, E. S. (2013). **A cadeia de valores e as cinco forças competitivas como metodologia de planejamento estratégico**. Revista Brasileira de Estratégia, 11-22.

VERAS, M. **Gestão Dinâmica de Projetos**: LifeCycleCanvas. Rio de Janeiro: Brasport, 2016.

VERGARA, S. C. **Gestão da Qualidade**. Editora FGV. 3. Ed. Rio de Janeiro. 2006.

ZAMBERLAM, C. O. **Os novos paradigmas da família contemporânea**: Uma perspectiva interdisciplinar. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

5W2H: tire suas dúvidas e coloque produtividade no seu dia a dia. SEBRAE, 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5w2h-tire-suas-duvidas-e-coloque-produtividade-no-seu-dia-a-dia,06731951b837f510VgnVC04c00210aRCRD>. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

**ANEXO****CARTA DE DISPENSA DE APRESENTAÇÃO AO CEP OU CEUA****À****COORDENADORIA DO PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA USC**

Informo que não é necessária a submissão do projeto de pesquisa intitulado A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO PESSOAL NA ADOLESCÊNCIA, ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) ou à Comissão de Ética no Uso de Animais (CEUA) devido à não utilização de experiências com seres humanos e/ou animais no decorrer desse projeto.

Atenciosamente,



---

Dra. Flávia Hosne de Freitas

Bauru, 27 de março de 2019.