



**UNIFEOB**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO**  
**OCTÁVIO BASTOS**  
**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE**  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**W&G**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**W&G**

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS  
DOVAL

Estudantes:

Walison Melo Da Silva, RA 1012019100336

Gabriel Semensato Borges de Souza, RA 1012018200048

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	4
3. PROJETO INTEGRADO .....	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA .....	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL .....	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	11
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	12
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL .....	12
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES .....	13
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	14
4. CONCLUSÃO.....	16
REFERÊNCIAS .....	17
ANEXOS.....	18

# 1. INTRODUÇÃO

Muitas vezes, a concorrência lança uma ideia, um produto ou um serviço que faz o maior sucesso e para você resta apenas a pergunta: como eu não pensei nisso antes? A resposta para essa pergunta provavelmente é: **porque não investiu em um brainstorming.**

Quando o brainstorming se torna um hábito, fica mais fácil para os colaboradores (e para os próprios líderes) antecipar tendências de mercado e atacar os problemas, usando a colaboração e a criatividade. Foco na quantidade: quanto mais ideias, melhor. O brainstorming aceita que é possível encontrar qualidade dentro da quantidade.

Evitar a crítica: ideias não devem ser criticadas durante a sessão de brainstorming. Como o objetivo é focar na quantidade e estimular todos os integrantes a participar, nenhum julgamento é feito sobre as ideias propostas.

Apreciar ideias fora do comum: como o objetivo é coletar o maior número de ideias e identificar novas abordagens na solução dos problemas, ideias que fogem dos conceitos conhecidos ou esperados são bem-vindas.

Combinar e melhorar ideias: esse é um ponto importante do brainstorming, por entender que é possível criar ideias inteiramente novas por associação, isto é, combinações de ideias já propostas.

Colocar as ideias em ação: é inegável que o brainstorming é um momento de reflexão, interação e descobrimento que deve se tornar um hábito nas empresas. Mas é importante que as visões e ideias levantadas sejam transformadas em realidade ou ele se torna uma perda de tempo.

Evolução dos resultados: o líder precisa mostrar para a sua equipe como os projetos realizados com base no brainstorming estão evoluindo. Essa prática é fundamental para motivá-la ainda mais na busca por melhores ideias.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

É uma empresa prestadora de serviço no ramo de Limpeza e Manutenção residencial e empresarial. O início da empresa se deu a união de dois amigos que perceberam que na família moderna a mulher não dispõe de um tempo para realizar as tarefas diárias, por estar ativa no mercado de trabalho. O novo poder aquisitivo da mulher combinado ao seu marido, possibilita ao casal o acesso à vida material muito melhor e a condição por contratar esse serviço. E ao avaliar o crescimento das empresas e a necessidade de uma equipe de limpeza com profissionais capacitados para realizar.

Avaliando este conceito, A W&G resolveu ampliar os seus serviços e oferecer também serviços de manutenção residencial e empresarial, ao perceber que os maridos também não dispõem de tempo para realizar pequenos reparos em suas casas. E as empresas estão a todo o momento precisando de profissionais capacitados para realizarem pequenos reparos que a todo momento ocorre dentro delas.

Nosso público alvo continua sendo as residências pensando sempre em oferecer serviços de qualidade para a famílias não precisarem se preocupar com a limpeza, organização e reparos de seus lares.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

#### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

Há tempos pesquisadores tentam definir um padrão de perfil para o empreendedor e descobrir o que ele pensa e como ele age. Apesar de não existir uma definição única, algumas características ou traços empreendedores são sempre citados pelos pesquisadores como muito comuns aos empreendedores, segundo Dornelas (2013). Dentre as características mais comuns de um empreendedor, podemos destacar: o otimismo e a visão de futuro; a capacidade de transformar crises em oportunidades e influenciar pessoas, no sentido de guiá-las em direção às suas ideias; a habilidade para inovar criando algo novo ou inovando o que já existe; a busca incessante por novos negócios e oportunidades; a preocupação em melhorar produtos e serviços; o interesse nas necessidades do mercado.

Cabe destacar que experiências em negócios anteriores também são de grande ajuda para decidir sobre novos negócios, pois proporcionam aos empreendedores os conhecimentos exigidos para a administração de uma empresa independente. Além disso, as experiências anteriores também garantem parâmetros de referência que ajudem o empreendedor a identificar a verdadeira importância das novas oportunidades de entrada, agilizando o processo de criação do negócio e potencializando seu desempenho. Quanto maior for a segurança dos empreendedores em relação à sua experiência no alcance de bons resultados, mais fortes serão as intenções empreendedoras.

A auto avaliação, a autocrítica e o autocontrole são características do empreendedor que busca seu desenvolvimento, conforme aponta Dornelas (2013). A imaginação, a determinação e a habilidade de organizar, de liderar pessoas e de conhecer tecnicamente etapas e processos também são aspectos importantes de um empreendedor. É necessário que o indivíduo desenvolva suas habilidades empreendedoras, conhecendo bem os fatores externos à empresa, como o mercado e a concorrência, e os fatores internos, como as forças e fraquezas do negócio. Segundo Dornelas (2013), outras características comumente atribuídas aos empreendedores são:

**Motivação:** geralmente os empreendedores são movidos pela motivação que possuem para cumprir uma missão ou realizar um sonho. Ou seja, a realização do empreendedor está além do ganho financeiro.

**Iniciativa:** é uma característica forte nos empreendedores que se antecipam às situações e não esperam acontecer; ou seja, eles chegam primeiro e vão atrás daquilo em que acreditam.

**Paixão:** empreendedores são otimistas e apaixonados pelo que fazem, principalmente quando o negócio é a realização de um sonho.

**Networking:** relacionamento é fundamental para os empreendedores; assim, é necessário desenvolver uma rede de contatos extensa, com os mais variados tipos de pessoas. Esse networking é o alicerce das relações que o empreendedor carregará por toda a vida e será útil ao seu desenvolvimento pessoal e empresarial.

**Trabalho em equipe:** necessário para a sustentação do negócio, uma vez que, sozinho, o empreendedor não consegue realizar seu sonho e alcançar o sucesso no negócio.

**Planejamento:** também é fundamental para a manutenção do negócio, pois, se o empreendedor não sabe aonde quer chegar, dificilmente conseguirá ter sucesso no empreendimento.

Alguns perfis de empreendedores são:

Social, franqueado, inovador, corporativo, carismático e visionário.

## **O Inovador**

Concorda que os momentos de crise criam oportunidades iguais de renovação econômica? É aí que entra a criatividade e visão empreendedora.

Talvez a inovação seja a chave de maior sucesso em um negócio, é onde esse tipo de empreendedor atua. Geralmente não possuem experiência, porém são capazes de identificar novas necessidades ainda não atendidas pelo mercado.

Boas ideias por si só não se bastam, o empreendedor inovador é aquele capaz de torná-las financeiramente rentáveis.

Nesse contexto, um mercado em crescimento no Brasil e no mundo é o de *startups*, pequenas empresas, geralmente controladas por jovens com visão inovadora e tecnológica, sem medo de arriscar.

Um dos maiores exemplos da atualidade é Steven Jobs, ex-CEO e um dos fundadores da companhia Apple, que idealizou um negócio único em meio a um mercado competitivo e rígido que era o Vale do Silício dos anos 70, transformando-a em uma das maiores empresas de tecnologia do mundo.

Se este é seu perfil de empreendedor, esteja atento às principais características a serem desenvolvidas:

- Entender o processo criativo
- Clareza e objetividade
- Mensuração de riscos
- Autoconfiança

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Ao falarmos em inovação, peça-chave do processo empreendedor, não podemos deixar de falar em pessoas, tecnologia, conhecimento e capital.

As pessoas são fundamentais nesse processo, pois são as responsáveis por fazer o negócio funcionar. Você pode ter todos os recursos necessários para operar, mas, sem as



peças, eles não valem nada. São elas que dão vida aos recursos e imprimem a elas esforço, inteligência, criatividade e qualidade, aumentando a produtividade da empresa.

A tecnologia é um aspecto tão importante quanto as pessoas; aliás, ambos estão relacionados e são fundamentais para a administração de qualquer empresa. A tecnologia pode diferenciar as empresas em relação a seus concorrentes e, quanto mais avançada for, maior o diferencial competitivo e a independência em relação a fornecedores, por exemplo.

Além de utilizada para a inovação de produtos, serviços e processos, a tecnologia é fundamental na pesquisa do ambiente externo, uma vez que sua evolução exerce impacto direto nas empresas, conforme Dornelas (2013).

O conhecimento, além de valioso, é a base do recurso empreendedor. Ou seja, o conhecimento é um recurso que pode gerar vantagem competitiva sustentável às empresas e, por isso, deve ser constantemente atualizado, especialmente em relação ao cenário e aos desafios atuais e futuros.

Nesse sentido, além dos conhecimentos formais e daqueles adquiridos ao longo da vida, por meio das experiências, o empreendedor deve possuir o conhecimento sobre o mercado externo, pois geralmente é nesse mercado que estão as oportunidades que geram inovações mais radicais e novas entradas, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2013).

#### Fontes de capital

As novas entradas são vistas como uma das ações mais básicas do empreendedorismo e podem se apresentar como a oferta de um novo produto em um novo mercado ou em um mercado já existente, a oferta de um produto existente em um mercado novo ou a criação de uma nova empresa, de acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2013). O capital, por sua vez, é o recurso mais necessário a um empreendimento. Sem ele, nenhum negócio pode ser iniciado ou se sustentar.

Na economia, o capital é definido como qualquer bem econômico utilizado na produção de outros bens e serviços, ao lado da terra e do trabalho. Para ser capital, segundo a Endeavor Brasil (2015a), os bens devem: ser utilizados na produção de outros bens; ser produzidos por humanos; não se esgotar imediatamente ao processo de produção, como ocorre com matérias-primas e bens intermediários (materiais utilizados na produção de produtos finais, ou seja, dos produtos que chegam ao consumidor).

O capital está associado à riqueza financeira, ou seja, ao conjunto de recursos, valores e bens mobilizados (maquinários, edifícios, etc.) que compõem um patrimônio, podendo assumir a forma de papel moeda, depósitos bancários, cheques, etc.

Se você está se perguntando como os empreendedores podem ter acesso ao capital, saiba que essa é uma pergunta que eles também se fazem, uma vez que é por meio do capital ou da captação de recursos que eles podem realizar o sonho de ter uma empresa e fazê-la crescer e se desenvolver, conforme Endeavor Brasil (2014). Dentre as várias formas de o empreendedor ter acesso ao capital ou captar recursos, podemos destacar os créditos bancários, ou seja, os financiamentos.

Muitas vezes, o empreendedor se depara com a falta de recursos para investir em tecnologia, para contratar um profissional que o ajude a alavancar o negócio, para investir no marketing da empresa, para investir em um novo produto ou serviço, entre outras ações. Dessa forma, o financiamento é uma opção que o empreendedor tem disponível para iniciar seu negócio ou para acelerar o crescimento de um negócio já existente.

Não podemos esquecer que hoje as empresas atuam em um cenário cada vez mais competitivo, com o aumento acelerado da concorrência e a exigência crescente dos consumidores, o que torna o mercado dinâmico, forçando as empresas a se adaptarem para enfrentar os desafios e acompanhar as mudanças. E, para isso, o empreendedor precisa ter disponíveis os recursos necessários para seu crescimento e sustentabilidade.

O financiamento por endividamento, também conhecido como financiamento baseado em ativos, é um tipo de financiamento geralmente em forma de empréstimo, com juros, cujo pagamento está relacionado às vendas e aos lucros da empresa, mesmo que de forma indireta. Cabe destacar que, para a concessão desse financiamento, é exigido um ativo como garantia, como uma casa, um terreno, um automóvel, etc. Ou seja, algo de valor que possa cobrir o montante do empréstimo, caso o empreendedor não consiga cumprir com tal pagamento da forma como foi acertada com o banco.

No financiamento por endividamento, o empreendedor deve pagar a quantia de recursos que tomou emprestado, acrescido de uma taxa de juros, e uma possível taxa adicional, chamada de pontos, cobrada para a obtenção e o uso do dinheiro. Esse financiamento pode ser de curto prazo ou de longo prazo, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2013).

Financiamento de curto prazo: quando falamos em curto prazo, estamos falando de um período de menos de um ano. Nesse caso, normalmente o dinheiro é obtido para gerar capital de giro para financiamento de estoque, contas a receber e demais operações da empresa.

Os fundos são pagos com as vendas e os lucros obtidos pela empresa durante o ano. Financiamento de longo prazo: quando falamos em longo prazo, estamos falando em um período maior do que um ano.

Esse tipo de financiamento é utilizado para a compra de ativos como um edifício, um terreno, máquinas, entre outros. Esse financiamento usualmente cobre de 50 a 80% do valor total dos ativos. Capital de giro: também chamado de ativo circulante, diz respeito aos valores que a empresa utiliza para custear e manter as despesas operacionais do dia a dia, tanto as que são fixas, referentes à estrutura da empresa, quanto àquelas que se referem aos gastos utilizados na produção e comercialização de bens ou na prestação de serviços.

Trata-se, portanto, de uma reserva de recursos necessários, que são renovados rapidamente e são utilizados para atender às necessidades da gestão financeira ao longo do tempo, como contas a receber, estoque, caixa/bancos, conforme aponta a Endeavor Brasil (2017). Um aspecto que merece destaque é que, no financiamento por endividamento, quando as taxas de juros são baixas, o empreendedor pode reter uma parte maior da propriedade individual no negócio, obtendo um retorno maior sobre o patrimônio líquido.

O termo endividamento pode remeter a algo negativo. No entanto, nem sempre ter dívidas é sinal de problema. Isso quer dizer que, se o endividamento for contraído visando ao crescimento e desenvolvimento da empresa, possibilitando um aumento no faturamento, podemos dizer que é um endividamento saudável (SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016).

No entanto, é preciso ter cuidado, pois, se a dívida for muito alta, além de dificultar ou inviabilizar o pagamento dos juros regulares, pode prejudicar o crescimento e o desenvolvimento do negócio, podendo levá-lo à falência. Nesse contexto, quanto maior for o grau de alavancagem (processo de utilização de dívidas para financiamento), maior é o risco que o empreendimento corre.

Ou seja, quanto mais dívidas por ativos totais a empresa tiver, maiores serão os riscos, conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2013). O financiamento por capital próprio, por sua vez, permite que o investidor, de alguma forma, tenha participação no negócio e não exige garantias, como na modalidade por endividamento. Assim, o investidor também possui participação nos lucros da empresa e nos ativos pertencentes a ela, de acordo com o percentual investido.

Ou seja, o financiamento por capital próprio significa obter recursos para a empresa em troca de participação na propriedade. A escolha por um ou outro tipo de financiamento vai depender dos recursos e ativos de que a empresa dispõe, bem como da taxa de juros praticada por cada um deles.

Cabe destacar que, geralmente, o empreendedor faz uso dos dois tipos de financiamento para suprir as necessidades de recursos financeiros. É certo que todo negócio deve contar com capital próprio, seja ele de pessoa física ou jurídica e que a quantidade de recurso de capital próprio envolvido vai depender do tipo e do tamanho do negócio, conforme apontam Hisrich, Peters e Shepherd (2013).

O primeiro passo do empreendedor deve ser analisar as possíveis fontes de financiamento e se perguntar se estará disposto a contrair uma dívida, ou se vai usar recursos próprios, ou seja, se utilizará recursos do próprio negócio ou externos ao negócio.

Dessa forma, ele precisa avaliar dívida  $\times$  capital próprio e recursos internos  $\times$  recursos externos, de acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2013). No entanto, existem casos em que o capital investido no negócio é totalmente do proprietário, por exemplo, um carrinho de sorvetes em um shopping, uma boutique pet, etc. Ou seja, em empreendimentos menores, o uso de capital próprio é mais comum.

No caso de empreendimentos maiores, são necessários vários proprietários, incluindo investidores particulares e/ou investidores de risco. São os recursos de capital próprio que oferecem a base para os fundos por endividamento, que formam a estrutura do capital do empreendimento, conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2013).

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**

Análise de Mercado (Público Alvo)

Conhecendo o cliente – 1ª Etapa

Para entrar no mercado é necessário antes de tudo conhecer o cliente, para assim, oferecer um produto especializado. Ser feita uma pesquisa qualitativa e quantitativa.

Para avaliar as ideias propostas pela a empresa e o serviço prestado pelos colaboradores, será feita pesquisa de satisfação, onde será entrado em contato com o cliente, após o serviço ter sido prestado, buscando dicas de melhorias e dados para avaliação individual de cada colaborador e sua respectiva atividade, envolvendo feedbacks mais precisos para a empresa e seus funcionários. Com isso, poderão ser criados serviços mais específicos, que atendam melhor a expectativa dos clientes.

### **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

Neste tópico do Projeto Integrado, devem ser abordadas as questões estratégicas do novo negócio.

É preciso ter clareza sobre a estratégia da empresa, pois dela serão construídos a missão, a visão e os valores que serão seguidos por toda a organização.

#### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Deve ser conceituada a estratégia empresarial e as formas de implementação e acompanhamento por parte dos gestores.

##### **Ambiente/Concorrência (Análise SWOT/FOFA) 2ª Etapa**

###### **Pontos Fortes:**

A saída da mulher para o mercado de trabalho, e novo poder aquisitivo deste combinado com seus maridos, possibilita o casal o acesso a uma vida melhor.

Na cidade não existe uma empresa neste ramo.

Produtos, equipamentos de qualidade e profissionais qualificados.

A contratação é por conta da empresa, isentando cliente da burocracia.

###### **Pontos Fracos:**

Por ser novo este tipo de atividade, existe certo receio para contratar.

###### **Oportunidades:**

Com poder aquisitivo maior, o casal busca mais tempo livre.

Trazer conhecimento para cidade, com divulgação.

**Ameaça:**

Crise Financeira.

Desconfiança por parte das pessoas por permitirem pessoas estranhas entrarem em suas casas.

Concorrência

## **PLANO DE MARKETING**

### **Publicidade e Propaganda**

Nossa proposta de divulgação da empresa, inicialmente será por anúncios e jornais, internet, apresentando a empresa enfatizando sempre o conceito da NOME DA EMPRESA. Iremos também trabalhar divulgação de panfletos nas residências, oferecendo atividades prestada pelas empresas, frisando a confiança, padrão de qualidade e atendimento, responsabilidade, buscando sempre criar uma imagem de excelência em limpeza e manutenção.

Serão realizadas parcerias com entidades onde serão buscando oportunidades juntos aos condomínios, associações, clubes, etc. Para apresentar nossas propostas de trabalho, obviamente, oferecendo alguma condição especial para mais clientes. A NOME DA EMPRESA, fornecerá mão de obra treinada e capacitada para atendimento de clientes que necessitam terceirizar a limpeza e pequenos conceitos de suas casas, ou seja, público que trabalhe ou estude cujo não possui tempo para a execução das tarefas.

### **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

Devem ser descritos os conceitos de missão, visão e valores relacionados ao planejamento estratégico das empresas.

As equipes deverão pesquisar sobre a missão, visão e valores de empresas reais e utilizá-los no projeto como exemplos.

**VALORES:**

A vida é um encadeamento de relações. Nada no universo existe por si só. Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações.

A busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

O compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações. Quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.

A busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações. A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.

**MISSÃO:**

Nossa razão de ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem.

Bem-Estar é a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte e com o todo.

**VISÃO:**

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

### **3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO**

Após realizar a pesquisa sobre a missão, visão e valores de empresas reais no tópico anterior, é hora de pensar quais seriam utilizados para o novo negócio que está

sendo pensado, isto é, deverá ser feita uma proposta de missão, visão e valores para o novo empreendimento.

**MISSÃO:**

Promover à família moderna mais tempo juntos, despreocupados com pequenos afazeres.

**VISÃO:**

Se consolidar no mercado de trabalho, gerando mais empregos e permitindo assim, que profissionais de diversas áreas sejam valorizados.

**VALORES:**

Na família moderna onde os pais trabalham pensando no bem-estar familiar, falta tempo para estarem juntos. Pensando neste modelo de família, a empresa NOME DA EMPRESA, promove tempo com qualidade.



## 4. CONCLUSÃO

Um brainstorming bem feito poderá lançar uma solução salvadora para a sua empresa

O empreendedor tem um papel muito importante na sociedade e na economia. Suas características são essenciais para a criação e consolidação de um negócio de sucesso. Essas características podem ser natas do indivíduo ou adquiridas em graduações, cursos e treinamentos. Porém nenhuma delas é capaz de construir um negócio de sucesso sem a vontade própria do empreendedor em ter e fazer a empresa crescer e, também, sem o seu interesse na área de atuação do empreendimento

Com relação à necessidade do Plano de Negócios, todos os empreendedores acham interessante e importante ter este documento para se guiarem sem falhas e retrabalhos. Porém a maioria deles não tem um para seu empreendimento. Isto pode ser devido a: não conhecerem a ferramenta quando a empresa foi criada, verem o Plano de Negócios somente como uma fonte de informação para conseguir um financiamento, não querem dedicar tempo para planejar e já querem agir, com medo de estarem perdendo tempo e dinheiro.

## REFERÊNCIAS

<https://saiadolugar.com.br/tipos-de-empreendedor/>

<https://missaovisaovalores.wordpress.com/tag/natura/>

Livro: Empreendedorismo

# ANEXOS