

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**MARKETING**

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL



**PRACTICAL**  
*moda livre*

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**MARKETING**

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**PRACTICAL: moda livre**

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS  
DOVAL

Estudantes:

Beatriz Ortega Viana, RA 1012019100509

Carlos Eduardo Mengalli, RA 1012019100259

Caroline Muniz Neves Tonon, RA 1012019100110

Caroline Antonelli Santesso, RA 1012019100459

Gislaine Cristina da Silva Reis, RA 1012019100097

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 .....	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	11
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.....	13
4. CONCLUSÃO.....	14
REFERÊNCIAS .....	15

# 1. INTRODUÇÃO

Apresentamos aqui, o segundo Projeto integrado do ano de 2019, onde o tema explorado foi “Brainstorming empresarial”, ou seja, tempestade de ideias, apresentando a criação de um novo negócio. Neste projeto, foi abordada a descrição da empresa e itens importantes e relevantes em relação aos temas: Gestão empreendedora, Fontes de Capital e Administração Estratégica.

Para início do contexto é necessário se observar e elencar a definição de palavras importantes, sendo elas:

- Empreender: conseguir ou tentar fazer (algo muito difícil); tentar: empreender um trabalho. Colocar em desenvolvimento e/ou execução; realizar: empreender tarefas (DICIO, 2019a).
- Estratégia: Meios desenvolvidos para conseguir alguma coisa. Forma ardilosa que se utiliza quando se quer obter alguma coisa (DICIO, 2019b).

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A empresa abordada e criada neste projeto será a Practical (Indústria e Comércio Varejista de confecção de vestuários), com o slogan “moda livre”, que será localizada no Shopping Center da cidade de Poços de Caldas- MG.

A ideia da criação desta empresa é competir com outras empresas do mesmo ramo localizadas neste município, a fim de ser referência em toda a região. Não há lojas deste porte previsto nas cidades próximas, assim como este é o único Shopping Center da região.

Para que isso aconteça, e como consequência, para atingirmos o tão desejado sucesso pelos empreendedores, iremos utilizar algo que nos diferencia e nos destaca da concorrência, a Moda Unisex.

Além de todos os setores padrões que teremos na loja (moda feminina, masculina), criamos um setor para o público que não quer ficar preso aos padrões da moda e da sociedade.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

A proposta da empresa Practical é se inserir no comércio varejista de vestuários na cidade de Poços de Caldas, oferecendo aos clientes qualidade, preço bom, atendimento de excelência e principalmente variedade que abrange todos os tipos de pessoas.

A localização foi escolhida de maneira estratégica, pois Poços de Caldas é uma das maiores cidades do sul de Minas Gerais e uma cidade que recebe muitos turistas com grande frequência. O Shopping Poços de Caldas é muito visitado e nele foi observado um excelente ponto para o comércio, já que atende também as cidades aos arredores.

Nos tópicos abaixo será abordado os assuntos importantes para a concretização desse projeto.

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

Diferente do que a maioria das pessoas imagina, ser um empreendedor é algo muito maior do que se ter uma, considerada “boa ideia” e abrir as portas de um empreendimento. Essa é uma atividade que exige muito de quem se arrisca a enfrentá-la (OLIVEIRA, 2019b).

Além de uma ideia inovadora e diferenciada para um negócio é necessário possuir iniciativa, autoconfiança, poder de planejamento, perseverança, liderança e coragem. Esses são importantes exemplos das características de um empreendedor que trarão ao empreendimento maior garantia de sucesso e prosperidade (DAL`BÓ, 2019; LAM, 2015).

Para gerenciar um negócio, como uma loja de departamentos focada no comércio de roupas, é necessário que o empreendedor tenha e/ou busque conhecimento de varejo, de moda, de marketing, de administração, de vendas e entre outros aspectos relevantes para o bom funcionamento da empresa (SEBRAE, 2019c).

Como a empresa que está nascendo aqui, é a loja Practical “moda livre”, que comercializa roupas masculinas, femininas e unissex é imprescindível que o

empreendedor goste, conheça e se atualize constantemente sobre moda para que possa atender com excelência as necessidades do seu público alvo.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

Após idealizar e planejar o empreendimento chega o momento de torná-lo uma realidade e para isso é necessário capital (ou seja, dinheiro). Existem algumas opções para que o empreendedor consiga os recursos financeiros necessários para abrir efetivamente seu negócio, mas é importante analisá-las e escolher a que melhor se adequa ao seu empreendimento. Segundo Lima (2019), Nakagawa (2017) podem ser observados:

O capital próprio, que são economias ou bens que podem ser vendidos do próprio empreendedor, é normalmente a primeira opção dos empreendedores. É uma boa opção para iniciar, porém, na maioria das vezes, o valor é pequeno, o que limita o crescimento e desenvolvimento da empresa.

Pegar empréstimos com familiares e amigos também é um meio para “injetar” dinheiro inicial, porém é uma iniciativa arriscada, pois pode afetar relações pessoais. Assim, como no capital próprio, normalmente, não são recursos muito significativos, mas podem ser suficientes para “tirar a empresa do papel”.

As linhas de créditos bancários exigem que o empreendedor dê bens como garantia para conseguir os recursos financeiros que necessita, além de pagar juros sobre o valor financiado. É seguro para a empresa, porém pode impedir novos empréstimos.

O capital de risco conta com investidores colocando dinheiro em empresas iniciantes na intenção de lucrar com o crescimento delas. Neste tipo de recurso, o empreendedor vende parte de sua empresa para esses investidores. Existe também um programa de empréstimo e subsídios do governo que visa financiar empreendimentos inovadores que beneficiem e impulsionem a economia do país (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Dentre tantas opções de capital inicial, a escolhida pela loja Practical, é o capital próprio. O empreendimento possui cinco sócios e cada um deles contribuiu com 20% do valor total dos recursos (ZUINI, 2013). Cada um dos sócios espera um retorno mínimo de 16% do valor investido por ano.

### 3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

As informações essenciais da proposta do novo empreendimento da empresa Practical, seguem detalhadas, observando e tendo como norteador as ideias oferecidas pelo Portal Sebrae (SEBRAE, 2019a):

- Mercado: O Brasil é considerado o sexto maior Parque Têxtil do mundo, terceiro maior produtor de malhas e o segundo maior na produção de jeans. Além disso, o país é autossuficiente na produção de algodão. Anualmente são produzidas 9,8 bilhões de peças de vestuário, sendo referência nos seguimentos de *jeanswear*, *homewear* e *beachwear*. O setor têxtil é responsável por 17,5% do PIB da indústria de transformação nacional e por cerca de 3,5% de todo o PIB do Brasil. Toda a cadeia produtiva soma um total de aproximadamente 30 mil empresas, movimentando US\$ 46 bilhões/ano e empregando 1,65 milhão de trabalhadores (SEBRAE, 2019b).
- Concorrentes: teremos três concorrentes diretos dentro do shopping: lojas Marisa, C&A e Renner e diversas outras do setor no município de Poços de Caldas.
- Clientes: o público alvo das lojas Practical serão jovens e adultos de todos os gêneros.
- Localização: a área comercial vai ser no shopping Poços de Caldas, onde oferecem para os clientes, estacionamentos, boa praça de alimentação, área de lazer para as crianças (espaços kids) e cinema. O ambiente da loja será de boa iluminação com lâmpadas fluorescentes.
- Estrutura: Os espaços dos departamentos são dotados de layout adequado, respeitando a facilidade de movimentação, conforme segue:
  - a) Exposição dos produtos: espaço dotado de expositores em manequins dos modelos e a disposição para comercialização em amplas vitrines. Roupas expostas em araras para facilitar a visualização.



- b) Atendimento/Vendas: área ampla para a alocação de balcões, cadeiras estilizadas, para que crie um clima de amabilidade para os clientes.
  - c) Provadores: oito cabines para que os clientes possam provar os modelos escolhidos.
  - d) Estoque/depósito: espaço dotado de estantes e gôndolas para acomodar os produtos a serem comercializados, separados por tamanho e também por modelos.
  - e) Administrativo-financeiro: espaço destinado à elaboração das tarefas administrativas e financeiras da loja, tais como fechamento do caixa, conciliações das vendas via cheque, dinheiro, cartões de crédito, crediário, contas a pagar, entre outros. Também serão executadas nessa área as tarefas de controle de estoques, compras e outras atividades de escritório.
- Equipamentos: a loja será estruturada com os seguintes equipamentos básicos, que compõe as áreas de exposição, balcão de atendimento, área de vendas e administração: Prateleiras; Vitrines; Estantes expositores; Manequins; Balcão com banquetas altas; Araras; Impressoras fiscais; Computadores; Balcão projetado para acomodar documentos da administração e equipamentos do caixa; Sistema de ar condicionado.
  - Mercadorias: A gestão de estoques deverá ser sistematicamente aferida através de três importantes indicadores de desempenho:
    - a) Giro dos estoques: indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas.
    - b) Cobertura dos estoques: indicação do período do tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.
    - c) Nível de serviço ao cliente: segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, imediatamente após a escolha, demonstrando o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

- Organização do processo produtivo: a organização e exposição dos produtos, onde as peças são divididas por seções para a fácil localização dos clientes. A organização do processo produtivo da loja Practical segue abaixo:
  - a) Pedido do produto: a pessoa responsável pelas compras faz o pedido junto a equipe de produção.
  - b) Recebimento do produto: o responsável pelo recebimento se responsabiliza pelo produto.
  - c) Organização dos produtos na linha de venda: após o recebimento da mercadoria e o registro de todos os itens no sistema de controle de estoque, devem ser retirados os itens que irão compor inicialmente a área de vendas.
  - d) Baixa do produto no estoque: todos os produtos são catalogados e cadastrados para que ocorra o controle nas vendas e por consequência um controle para o processo de reposição.
  - e) Venda do produto: através da abordagem ao cliente pelo vendedor e pela atenção e exposição das peças até o cliente realizar o pagamento no caixa.
  - f) Entrega do produto ao cliente: o produto será entregue embalado no balcão para o cliente.
  - g) Reposição do produto no estoque: com um bom controle dos estoques, faz a solicitação de novas peças para reposição.
  
- Automação: para o tipo de empreendimento, será utilizado um ERP (Enterprise Resource Planning) ou simplesmente, denominado, Sistema de Gestão Integrado de Empresas, que possibilita a execução de todas as tarefas e atividades requeridas e exigidas para a empresa, mantendo um controle total do empreendimento, no que tange a: controle de estoques, compras, vendas, contas a receber, contas a pagar, financeiro e entre outros. O sistema de software adotado pela loja atende as necessidades primordiais do negócio, tais como:
  - a) Controle de clientes com gerenciamento de relacionamento;
  - b) Informações do serviço de proteção ao consumidor;
  - c) Criação de mala-direta com impressão de envelopes e etiquetas;
  - d) Geração de etiquetas com código de barras para os produtos;

- e) Personalização do perfil do cliente para gerar recomendação de venda, de acordo com as preferências do cliente;
  - f) Envio de e-mail direto e personalizado para comunicação com os clientes;
  - g) Controle de entradas de mercadorias com os históricos;
  - h) Controle de estoque automáticos através de compra/venda;
  - i) Listagem de preços;
  - j) Leitura de códigos de barras;
  - k) Controle de produtos promocionais;
  - l) Contas a pagar;
  - m) Controle de despesas;
  - n) Contas a receber ou crediário;
  - o) Controle bancário (taxas, tarifas, cheques já compensados, etc.);
  - p) Fluxo de caixa;
  - q) Comissão de vendedores (as).
- 
- Diversificação/Agregação de valor: a empresa vai oferecer para os clientes o seu departamento unissex, exclusivo no shopping Poços de Caldas, atendendo assim uma clientela de um segmento atual e cultural de nossa sociedade.
  - Divulgação: a divulgação da loja ocorrerá através da TV Poços, Rádio Libertas FM, outdoor, folders, internet, mala direta e pelo site com apresentação da loja e curiosidades. Além da propaganda, estará sendo divulgado o nome da loja Practical através de sacolas, embalagens e vitrines.

## 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica vai ser essencial para uma atuação eficaz, uma vez que se conhece o cenário em que a empresa está inserida, sabendo os fatores que geram oportunidade para o sucesso, bem como aquilo que gera ameaça à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer seus pontos fortes, competências e também as fraquezas internas, os administradores podem definir qual é a razão de existir da empresa, aonde se quer chegar com os recursos investidos (SITEWARE, 2019).

Na empresa Practical vamos utilizar do método SWOT que efetua uma síntese das análises internas e externas da empresa, aprimora os pontos fortes, indica os pontos fracos que necessitam de reajuste, mostra o potencial de crescimento, aumenta as oportunidades e “deixa em alerta” diante dos riscos (OLIVEIRA, 2019b; SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING, 2018a).

O método SWOT pode ser desmembrado em três objetivos:

1. Planejamento estratégico: tem o objetivo de proporcionar um diagnóstico aprofundado que permita a elaboração de um plano de ações.
2. Tomada de decisão: auxiliar o gestor a tomar decisões conscientes a respeito do negócio, como a contratação de novos funcionários, lançamento de produtos e abertura de filiais, por exemplo.
3. Mapeamento de mercado: conhecer a situação do mercado e se preparar para as tendências que ele apresenta é uma forma de manter o seu negócio relevante para os consumidores. Descobrir quais estratégias estão sendo aplicadas pelos seus concorrentes também é fundamental. Tudo isso é uma forma de prever a dinâmica do mercado, aproveitando as oportunidades que ele apresenta e se preparando para momentos de estagnação.

Desta forma, foi realizada a análise SWOT da empresa Practical:

<p style="text-align: center;"><b><u>Forças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalações;</li> <li>• Equipe de Vendas;</li> <li>• Motivação e engajamento dos colaboradores;</li> <li>• Automatização;</li> <li>• Qualidade dos produtos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Fraquezas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing;</li> <li>• Liderança;</li> <li>• Conhecimento técnico;</li> <li>• Tempo de mercado.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>Oportunidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização;</li> <li>• Diversificação do mercado,</li> <li>• Mudanças culturais;</li> <li>• Lacunas do mercado.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Ameaças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Economia instável;</li> <li>• Grandes concorrentes;</li> <li>• Instabilidade política;</li> <li>• Novas tecnologias.</li> </ul>

A estratégia utilizada pela empresa Practical é a utilização de um Plano de Marketing para que a empresa seja conhecida pela população e pela diversificação dos seus departamentos em relação aos grandes concorrentes.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Para que a empresa alcance o tão almejado sucesso, é necessário que uma estratégia empresarial seja formulada para que os objetivos e metas pré-estabelecidas pelos gestores e empresários das micro e pequenas empresas, ou a alta administração sejam atingidos.

Ademais, a estratégia empresarial que implementaremos na loja Practical “moda livre”, será a de uma forte equipe de vendas, juntamente com a análise de preferência dos clientes por meio da pesquisa de mercado para que assim a loja seja organizada por meio desse molde, além do bom custo-benefício, variedade de mercadorias, ambiente extremamente convidativo. Também haverá um diferencial, que poucas lojas de departamento têm, que é uma seção unissex, e pagamento parcelado com promoções para os clientes que possuem o cartão da loja, em que o mesmo também concede crédito.

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

No planejamento de um negócio, os conceitos de missão, visão e valores de uma empresa devem ser bem definidos, pois servem como bússola para orientar o caminho que leva ao sucesso. Por isso, a missão define o foco de atuação da empresa, e esse conceito está ligado ao produto.

A visão, tem seu objetivo a longo prazo, aonde a empresa almeja chegar nem determinado tempo. Já os valores, determinam como a empresa quer ser reconhecida na sociedade, seja pela qualidade de seus produtos, segurança ou agilidade, por exemplo.

Para que esses pontos possam ser estabelecidos em uma empresa, deve-se acentuar que os objetivos da empresa devem ser traçados antes mesmo se ter em mente aonde pretende chegar; as estratégias são definidas pelos gestores, designando métodos eficazes para alcançar os objetivos, o que cada departamento fará para chegar ao destino final; capacitação consiste nas ferramentas que estarão destinadas aos colaboradores, podendo ter uma aprimoração dos funcionários; e por fim o monitoramento em que checar os erros e acertos é uma tarefa muito importante, promovendo ajustes (DAL'BÓ, 2009; SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING, 2018b).

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

A partir do referencial e definições dos conceitos elaboraram-se: a missão, a visão e os valores da loja de departamentos Practical. São eles;

Missão: ser a melhor e mais completa loja de moda da América Latina com seguimento alto para clientes amantes da moda unissex, que são livres em seu estilo, com a moda, qualidade dos produtos e ter excelência nos produtos. Despertando o imaginário de cada um, com revolução e a audácia que oferecemos.

Visão: quebrar o paradigma da moda, trazendo nossa revolução com as peças unissex.

Valores: demonstrar qualidade e sustentabilidade, cativando o cliente e por fim, trazendo novos desafios.

## 4. CONCLUSÃO

O presente trabalho abordou a questão da criação de um novo negócio a partir de um “Brainstorming empresarial”, envolvendo assuntos como a Gestão Empreendedora, Fontes de Capital e Administração Estratégica.

A empresa criada denominou-se Practical, com o slogan “moda livre”, ou seja, a “a moda para quem é livre”. Sua localização é na cidade de Poços de Caldas (MG), no Shopping Center, um local competitivo e atrativo economicamente. Considerada uma loja inserida no comércio varejista de vestuários, possui os setores convencionais (moda feminina, masculina e juvenil) e seu grande destaque e diferencial é o setor unissex, que permite uma maior liberdade e uma quebra de paradigmas e padrões.

Os sócios, ou seja, os empreendedores que se arriscaram com esse desafio devem estar sempre atentos e atualizados perante a moda, para conseguir atender a demanda de seus clientes e assim ter sucesso em seu empreendimento. Utilizou-se o capital próprio como fonte de capital, sendo que cada um dos cinco sócios contribuiu com 20% do valor total dos recursos e espera um retorno mínimo de 16% do valor investido por ano. Toda a estrutura organizacional da loja Practical foi descrita e será utilizado o método SWOT, para as análises internas e externas da empresa.

Desta forma, o trabalho desenvolvido mostrou-se muito relevante no sentido de agregar conhecimento e aprofundamento das temáticas estudadas ao longo do trimestre, fazendo com que nos deparássemos com o desafio de ser um empreendedor e observar os passos iniciais de se criar um novo negócio.

## REFERÊNCIAS

- DAL`BÓ, R. **Missão, visão e valores**. 2009. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/missao-visao-e-valores>>. Acesso em: 07 jun. 2019.
- DAL`BÓ, R. **As Características do perfil empreendedor**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/as-caracteristicas-e-o-perfil-do-empendedor>>. Acesso em: 09 jun. 2019.
- DE LIMA, J. P. **Principais fontes de investimento de capital para um novo negócio ou startup**. Disponível em: <<https://www.valorebrasil.com.br/principais-fontes-de-investimento-de-capital/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- DICIO. **EMPREENDER**. 2019a. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/empreender/>>. Acesso em: 07 jun. 2019.
- DICIO. **ESTRATEGIA**. 2019b. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/estrategia/>>. Acesso em: 07 jun. 2019.
- ENDEAVOR BRASIL. **Onde buscar recursos financeiros para alavancar seu negócio**. 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/dinheiro/onde-buscar-recursos-financeiros-para-alavancar-o-seu-negocio/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- LAM, C. **5 principais características de um empreendedor de sucesso**. 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/5-principais-caracteristicas-de-um-empendedor-de-sucesso/>>. Acesso em: 09 jun. 2019.
- MELO, L. **O que faz da Renner a maior varejista de moda do país**. 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/o-que-faz-da-renner-a-maior-varejista-de-moda-do-pais/>>. Acesso em: 07 jun. 2019.
- NAKAGAWA, M. **7 fontes de dinheiro para começar seu próprio negócio**. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/7-fontes-de-dinheiro-para-comecar-o-seu-proprio-negocio/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- OLIVEIRA, L. **Quer abrir uma empresa? Considere esses 7 fatores para o sucesso**. 2018b. Disponível em: <<https://capitalsocial.cnt.br/considere-esses-5-fatores-na-abertura/>>. Acesso em: 09 jun. 2019.



OLIVEIRA, W. **Entenda definitivamente o que é análise SWOT**. 2018a. Disponível em: <<https://www.heflo.com/pt-br/swot/o-que-e-analise-swot/>>. Acesso em 01 jun 2019.

SEBRAE. **Como montar uma loja de roupas de tamanhos maiores**. Disponível em: <<http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-roupas-de-tamanhos-maiores,79b87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 01 jun. 2019b.

SEBRAE. **Ideias**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias>> Acesso em: 31 mai. 2019a.

SEBRAE. **O que é ser um empreendedor**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 09 jun. 2019c.

SITWARE. **A importância do acompanhamento do planejamento estratégico**. Disponível em: <<https://www.sitware.com.br/gestao-estrategica/importancia-acompanhamento-planejamento-estrategico/>> Acesso em: 08 jun. 2019.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING. **Matriz SWOT: Guia Completo e Simples 2019 Para Fazer a Sua**. 2018b. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/negocios/matriz-swot/>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING. **Missão, Visão e Valores: O Que São e Como Definí-los**. 2018a. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/carreira/missao-visao-valores/>>. Acesso em: 07 jun. 2019.

ZUINI, P. **Como calcular o custo do capital próprio no seu negócio**. 2013. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/como-calcular-o-custo-do-capital-proprio-no-seu-negocio/>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

