



x

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

MARKETING

PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Mr. MAN BARBER SHOP

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

MARKETING

PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Mr. MAN BARBER SHOP

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

ESTUDANTES:

JOSIANE MARIA JANIZELI SASSARÃO BRAZ, RA 1012020100371

PEDRO LUÍS DEOLINDO NOGUEIRA, RA 1012019200150

WESLEY ALVES, RA 1012021100062

WELINGTON FONSECA, RA 1012020100516

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	11
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	13
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	16
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	18
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	20
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	21
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	23
4. CONCLUSÃO	24
REFERÊNCIAS	25
ANEXOS	31

1. INTRODUÇÃO

Apresentaremos neste Projeto Integrado a proposta de criação de um novo empreendimento, a **Mr. Man Barber Shop**.

Escolhemos este segmento; pois, a moda das barbearias está mais forte do que nunca. Hoje em dia podemos encontrar estabelecimentos de diversos padrões para agradar o público masculino, deixando-os com o visual em dia.

O método utilizado para elaboração do novo negócio será o *Brainstorming*, ou seja “tempestade de ideias”; mais que uma técnica de dinâmica de grupo, é uma atividade desenvolvida para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo (criatividade em equipe), colocando-a a serviço de objetivos pré-determinados. Tem como base princípios fundamentais como: foco em quantidade, falta de críticas às ideias e combinação de ideias.

A abertura e o gerenciamento de um novo negócio exigem um conjunto de habilidades e conhecimentos, como entender o mercado, o público e planejar bem cada etapa. Uma boa administração considera, também, estratégias de marketing, um fluxo de caixa controlado e passa, ainda, por muita criatividade e inovação.

Para tornar um negócio realidade, é preciso ter perfil empreendedor e organizar um plano de negócios.

Ressaltamos neste trabalho a importância da Gestão Empreendedora e também da Administração Estratégica, pois atualmente para uma empresa ser bem-sucedida e alcançar seus objetivos e lucros deve-se ter principalmente um bom planejamento e também uma boa administração.

A **gestão empreendedora** é a capacidade de gerir qualquer negócio e um dos grandes pilares do empreendedorismo feito de forma correta, usando de forma aliada diversos métodos tecnológicos para facilitar e automatizar o processo da empresa em questão. Em outras palavras, uma boa gestão empreendedora, tem como foco principal trabalhar visando a melhoria na gestão de um determinado lugar, aplicando novos hábitos e práticas, para otimizar a vida de todos os envolvidos.

Com o passar dos anos, vimos as empresas perdendo consideravelmente seu controle e poder de venda, dando lugar ao cliente e fazendo com que ele seja o principal responsável pelas tomadas de decisões. O mundo foi obrigado a pensar na frente e imaginar aquilo que o cliente final gostaria de ver e como mostrar que o produto ou serviço em foco seria necessário para seu consumo.

A partir desse momento, os critérios avaliativos entraram em ação aprimorando exigências. Com isso, os gestores perceberam que o modelo tradicional não conseguiria atender a essa nova demanda de consumidores.

Por esse motivo, houve a necessidade de inovar e investir em aspectos antes deixados de lado como, um atendimento exclusivo, produtos diferenciados e serviços não convencionais. Com isso, o modelo do negócio foi afetado diretamente, sendo cada vez mais reformulados por pessoas que entendiam a necessidade de se reinventar a cada dia. E isso pode ser aplicado para qualquer tipo de negócio.

Implementar novas ideias, transformar algo em um negócio lucrativo e ainda trazer resultados é uma das grandes tarefas dos novos gestores.

A **administração estratégica** é 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 seu sucesso, bem como aquilo que gera ameaça à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, 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. Ou seja, é definida qual é a “missão” do negócio e também se estabelece como a empresa vai ser vista ao longo de um determinado tempo, definindo a “visão de futuro”, considerando os valores que caracterizam os negócios, o que se acredita ser relevante para a sustentabilidade do empreendimento.

A administração estratégica permite o caminhar da empresa em um ambiente de mudanças, por meio de decisões e ações administrativas que vão orientando os passos rumo aos resultados almejados, com sentido, com determinação e com aprendizado.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Mr. Man Barber Shop, inscrita sob CNPJ 41.620.673/0001-52, estará localizada à Avenida Durval Nicolau, número 878 - sala 14 - Espaço Comercial Vitória Center, Jardim Nova São João, na cidade de São João da Boa Vista - SP.

Esta empresa surgiu com a ideia de dois amigos engajados e motivados a realizar o sonho de ter o próprio negócio e oferecer uma experiência diferenciada ao homem moderno em meio ao seu dia a dia corrido.

Analisando o mercado atual do ramo e a concorrência na cidade, identificamos os pontos principais para ter nosso diferencial e tornarmos mais competitivo: localização, preço, comunicação, especialização, produtos ou serviços com qualidade superior e atendimento personalizado.

Localizada na área nobre da cidade, estamos trazendo um novo conceito de barbearia, voltado para o público masculino jovem, que contará com decoração retrô, bar, entretenimento e serviços exclusivos para a beleza masculina; além de uma equipe qualificada para fazer desse momento uma experiência única de transformação visual.

Oferecemos o “dia do noivo”, onde o noivo e seus padrinhos poderão além de se arrumar, cortar o cabelo e aparar a barba; tomar uma cerveja ou drink e viver momentos de descontração durante as horas que antecedem o casamento.

Teremos à disposição de nossos clientes, à pronta entrega, produtos cosméticos para o cuidado masculino. Entre esses, estão cremes e shampoos para cabelos, pomadas, ceras, óleos; além de uma linha especial de higiene e hidratação para barba que não é comum encontrar em supermercados ou farmácias.

Um de nossos diferenciais será a consultoria de corte e barba com visagismo, que é a arte de criar uma imagem personalizada e harmônica a cada tipo de pessoa, de acordo com o seu tipo de cabelo, formato de rosto e tipo de barba; de acordo com suas características e necessidades pessoais.

Para atender a necessidade do público, A Mr. Man terá atendimento em horários flexíveis, agendados por telefone, WhatsApp e também pelo App Barber. Conterá

inicialmente com 01 recepcionista e 02 barbeiros profissionais, além dos dois sócios proprietários que exercerão a função de administrador e barbeiro.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Gerenciar uma empresa financeiramente sustentável e de sucesso nos dias atuais exige dos administradores um novo conjunto de habilidades. Com a constante evolução da tecnologia e o dinamismo de um mercado de trabalho movido por indivíduos habituados ao ambiente digital e em busca de carreiras desafiadoras, o gestor moderno precisa se guiar por princípios que o transformem em um líder empreendedor — ou seja, alguém capaz de assumir riscos, experimentar e estar aberto a inovação.

O conceito de empreendedorismo é bastante amplo e permite uma série de interpretações. Em uma abordagem tradicional, podemos definir um empreendedor como uma pessoa apta a identificar necessidades e supri-las por meio da oferta de produtos ou serviços.

Atualmente, entretanto, costuma-se ligar ao empreendedor as características da criatividade, da capacidade de desenvolvimento de novos mercados e do interesse constante por inovação.

Para sobreviver ao mundo dos negócios contemporâneo, nesse sentido, o empreendedor precisa ser um visionário, hábil para não só competir com outras empresas, mas também se antecipar às necessidades dos clientes, por meio de um processo de inovação disruptiva.

Diante de todos estes fatores, uma gestão empreendedora é aquela que traz para o ambiente interno de uma empresa o anseio pela inovação e, ao mesmo tempo, práticas gerenciais transformadoras que motivam equipes a criar novos projetos, produtos e até mesmo modelos de negócio, reduzindo assim as incertezas de um mercado cada vez mais turbulento.

Antigamente, era comum a ideia de que uma gestão empreendedora seria interessante nas fases iniciais de uma empresa, visto que, nestas etapas, é impossível deixar de assumir algum grau de risco e de experimentação.

Todavia, hoje se acredita que o espírito empreendedor pode e deve fazer parte do gerenciamento diário de qualquer companhia, independentemente de seu porte, segmento de atuação ou estágio de desenvolvimento no mercado.

Sabemos que quando se quer montar um negócio, para se sair do mundo das ideias e ir para um plano de ação eficaz e assertivo, é muito importante ficar por dentro de algumas informações, que serão essenciais para o funcionamento do empreendimento.

Abaixo indicaremos algumas dessas informações que foram relevantes e nos nortearam na criação da **Mr. Man Barber Shop**, e que com certeza contribuirão para que nosso empreendimento se torne lucrativo, organizado e bem-sucedido por muitos anos.

Criar um plano de negócios:

Se você tem uma ideia para uma barbearia, o primeiro passo é criar um plano de negócios. Isso será essencial para você por várias razões. A primeira é a obrigação de analisar todos os detalhes do seu negócio, desde as despesas mensais até a receita projetada, por exemplo.

A segunda razão é que, se você planeja procurar um empréstimo ou outro tipo de financiamento, os credores exigirão que você tenha um plano de negócios.

Esse plano de negócios serviu como seu roteiro para iniciarmos nossa empresa.

Configurar um sistema de gestão:

Independentemente de você administrar a barbearia por conta própria ou ter funcionários, você deve garantir que tudo corra bem. A melhor maneira de fazer isso, é ter um sistema configurado desde o início. Você deve considerar as várias etapas a serem seguidas ao trabalhar com os clientes. Por exemplo, como eles vão agendar os seus horários? Como você vai enviar lembretes de agendamentos? Como os pagamentos serão processados? Você precisa ter uma solução que, além de auxiliar no gerenciamento de clientes, por exemplo, possa lidar com todas essas tarefas.

Começaremos as operações da barbearia, com uma solução de gestão completa; ou seja, que integre todas as funções que precisamos para gerenciar funcionários, agradar clientes, acompanhar estoque, comercializar nossos produtos e serviços e ainda analisar e relatar nosso desempenho.

Conhecer os pontos fortes e fracos:

Seu plano de negócios também deve incluir uma análise SWOT. Isso significa seus pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. Visualmente, essa análise ficaria assim:

Iniciar um negócio é um empreendimento arriscado, mesmo se você tiver tudo no lugar. Depois de abrir as portas, você descobrirá que existem muitas coisas que não pode controlar. Situações ruins podem acontecer, o que também pode gerar um impacto negativo nos seus negócios.

Compreender os riscos e oportunidades antes de abrir uma barbearia o ajudará a estar preparado para enfrentar esses desafios, por exemplo. Além disso, é preciso tirar proveito de todas as oportunidades que surgirem no caminho.

Pontos fortes e fracos são sobre o que está acontecendo dentro de sua barbearia, ou seja, são coisas que você pode controlar.

O ponto forte da nossa barbearia é que já possuímos uma lista de clientes com nossa experiência profissional anterior. Um ponto fraco é que esta será a primeira vez que administramos um negócio.

Já as oportunidades e ameaças estão relacionadas a fatores externos, como a economia e o aumento da concorrência, por exemplo. Nossa oportunidade está em lançar no mercado um novo conceito de barbearia, com inovação e modernidade; já a ameaça está na instabilidade financeira da população e também na diversidade de concorrentes existentes na cidade.

Definir o público alvo:

Levando em consideração um mercado que oferece cada vez mais segmentos, a fim de atender as expectativas dos clientes, não fica complicado entender a importância de conhecer o seu público-alvo.

Para se ter um negócio de destaque é preciso compreender e falar a mesma língua do seu cliente; este é o princípio para garantir acertos e evitar erros.

Por este motivo, foi essencial uma pesquisa de mercado que considerasse os pontos que estivessem relacionados tanto ao poder aquisitivo da nossa clientela como aos seus gostos pessoais, pois a nossa comunicação deverá estar de acordo com o perfil de quem entrará em nossa barbearia, procurando um diferencial no atendimento.

Ter um bom planejamento financeiro:

É importante que você entenda que não adianta pensar em investir num negócio de gestão de barbearia sem ter, de fato, o que investir.

Por isso muitas pequenas empresas não conseguem passar do primeiro ano por não ter uma reserva ou, o que podemos considerar ainda pior, não ter nem mesmo um capital inicial.

O primeiro ano é geralmente cheio de imprevistos e instáveis e que, deverão ser amenizados com um bom planejamento financeiro.

Portanto, para evitar surpresas, optamos pelo investimento do capital próprio. O nosso lucro irá aparecer, mas a longo prazo, então preferimos não entrar em dívidas que compromettesse nosso orçamento.

Cuidar da parte burocrática:

Os trâmites burocráticos para montar a sua parceria é algo muito importante, e deve ser seguido as etapas corretamente, e podemos separar as estas etapas nos seguintes passos:

- Escolha do tipo de Sociedade Empresária;
- Nome da Empresa;
- Contrato Social e Demais Documentos;
- Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- Alvará de Funcionamento;
- Cadastramento na Previdência Social;
- Autorização para emissão de Nota Fiscal.

Escolha da localização:

Um outro fator importante é a localização da sua barbearia, uma vez que o lugar escolhido também irá influenciar os bons ou maus resultados do seu negócio.

Ou seja, é importante levar em consideração o local em que o seu público-alvo reside ou frequenta.

Por este motivo escolhemos a locação de uma sala comercial de fácil localização, com estacionamento próprio e que está próxima a outros varejos de bens e consumo, como: supermercados, padarias, farmácias, clínicas e condomínios.

Escolha correta dos equipamentos:

Após ter seguido as etapas anteriores, para se dar início com as suas atividades como barbeiro, é mais do que importante ter em mãos os equipamentos essenciais para sua rotina de trabalho.

Para a barbearia, realizamos uma vasta pesquisa de mercado para aquisição dos principais acessórios: avental, borrifador, cadeira hidráulica, espelhos, lavatório, pente modelador, navalhete, tesoura, máquina de corte, secador de cabelos, cremes e cosméticos, cadeiras de espera, carrinho auxiliar, bancada, capas para os clientes, talco, etc.

Não esquecemos também da decoração do ambiente, televisão, mesa de jogos, videogame, wi-fi, minibar e um bom som ambiente, pois estes são agentes complementares, que trarão mais diferencial para o nosso estabelecimento.

Fidelizar clientes:

Essa é sem dúvida, a dica mais importante, e que fará toda a diferença neste mercado tão peculiar que são as barbearias. Ou seja, não se esqueça de surpreender os seus clientes, procure oferecer algo que ele não espera ou que ele não encontra nos seus concorrentes.

Contaremos com um programa de fidelidade, onde os clientes irão acumular pontos que poderão ser trocados por recompensas (brindes ou descontos nos serviços). O programa ajudará a estreitar os laços com nossa clientela. As vantagens farão com que o cliente, além de sempre voltar, nos indique para outras pessoas.

Usar estratégias inteligentes de marketing:

Existem várias maneiras de comercializar um negócio. No começo, é possível que você deseje investir fortemente em marketing digital, além dos métodos de marketing tradicionais. Ambos trabalharão para divulgar seu nome na comunidade local.

Quando você usa marketing tradicional, como networking ou patrocínio de eventos da comunidade, as pessoas começaram a pesquisar por sua barbearia online.

Pensando nas facilidades do agendamento de horários e otimização de mecanismos de pesquisas, investiremos em mídias sociais como página no Facebook, WhatsApp e App Barber; além de propagandas nas mídias locais da cidade e região.

Com todas essas informações, concluímos que a base de sustentação para um novo negócio é um pacote de recursos valioso, raro e inimitável; formado pelo empreendedor a partir de seus conhecimentos sobre o mercado e sobre a tecnologia, que, combinados a outros recursos, permitem à empresa alcançar desempenho acima do esperado.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Pode parecer uma obviedade, mas o fato de ser motivado pela auto-realização, pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente equipara-se a um grande empreendedor, que são as características em pessoas de sucesso, e a mais básica de todas é o desejo de realização. Tal desejo leva as pessoas a acreditarem e serem apaixonadas pelo que fazem.

Segundo Dal`Bó (2008), um dos principais exemplos de empreendedorismo que são utilizados como base pelo Sebrae, é vertiginoso e torna-se tangível em umas das características mais marcantes como:

- **Conjunto de realização:** busca de oportunidades; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; persistência e comprometimento.
- **Conjunto de planejamento:** busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento.

- **Conjunto de poder:** persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

Empreender não é fácil, leva tempo acontece tantas coisas que não estava prevista que você vai passar muito mais tempo executando suas ideias do que com seus entes queridos. Hoje em dia a maior parte dos profissionais de barbearias, estão preocupados com excelentes corte de cabelo, excelentes finalizações, quem faz o corte mais perfeito, quem faz o corte mais bonito e na nossa concepção, cortar cabelo é só um detalhe, que vai muito além da tesoura muito além da máquina, de um Fade perfeito, um disfarce bonito, um topete muito bonito, pensamos que isso não pode levar você muito além do que você já faz todo dia, tem que ser junto com o trabalho, tem que ser junto com uma mente brilhante, tem que ser junto com uma dedicação, profissionalismo, investimento capacitação, conhecimento e muitas outras coisas.

Com um viés e um propósito, de cuidar e impressionar pessoas, não à toa que gerenciamento e controle da barbearia Mr. Man Barber shop, será necessário que o perfil do empreendedor se enquadre nas necessidades da organização, destacando-se:

- Criar e conduzir a cultura da barbearia;
- Alinhar a visão e a estratégia da equipe de trabalho;
- Buscar constantemente informações sobre o mercado e atualização profissional sobre novas técnicas gerenciais;
- Investir em networking, vez que relacionamento é fundamental para os empreendedores; é o alicerce das relações que o empreendedor carregará por toda a vida e será útil ao seu desenvolvimento pessoal e empresarial;
- Vontade de trabalhar dedicar-se plenamente e de forma entusiasmada ao negócio, dado que quando você faz uma coisa com muito amor muita paixão, e essa energia de prosperidade obviamente toca nas pessoas, então o trabalho aqui é motivá-los, conversar com eles entender o que é problema entender o que a solução;
- Liderança e responsabilidade, privilegiam-se o alto desempenho, a autodisciplina e a criatividade;
- Foco em resultados, antes de processos;

- Desprendimento para pensar antes na equipe e depois em objetivos individuais e para ajudar os colegas;
- Realizar mais com menos, limitações geram engenhosidade, autossuficiência e inventividade;
- Obsessão pelo cliente, trabalhar com determinação para conquistar e manter a confiança deles.

Contudo essas dinâmicas, consideram o desafio de flexibilizar essa cultura de equipe rumo a um modelo mais alinhado com a atual prática dos negócios.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Hoje com um cenário muito competitivo, com grandes concorrências, e o aumento da exigência dos consumidores, tornou o mercado muito mais dinâmico, fazendo com que as empresas tenham que se adaptar para enfrentar os desafios e mudanças. Para isso, o empreendedor precisa ter disponível recursos necessários para seu crescimento e sustentabilidade.

O capital é o principal recurso de 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.

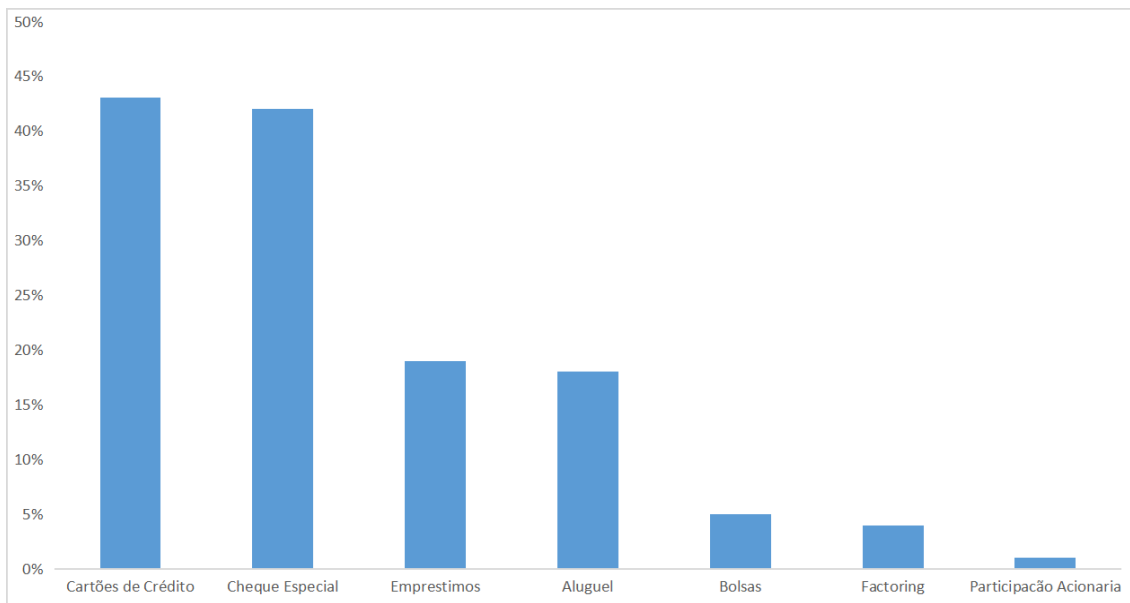
O capital está associado à riqueza financeira, ou seja, ao conjunto de recursos, valores e bens mobilizados (máquinas, edifícios, etc.) que compõem um patrimônio, podendo assumir a forma de papel moeda, depósitos bancários, cheques, etc.

Todo empreendedor tem o sonho de tirar uma ideia ou projeto do papel e transformá-lo em realidade. Mas, onde conseguir os recursos necessários para chegar lá?

Quais são as fontes de capital mais adequadas para o meu negócio? Existem basicamente 5 opções para captação de recursos: Capital próprio, Capital de amigos e familiares, Linhas de crédito bancário, Linhas de fomento e subvenção governamental e o capital de risco.

Difícilmente o financiamento inicial para criar um novo empreendimento é um grande problema. Quase todos são custeados com economias pessoais ou empréstimos da família ou de amigos. Nesse estágio, poucas fontes profissionais de capital estarão interessadas, com exceção de programas de apoio governamental. Como podemos ver no gráfico a seguir.

Figura 1 Fonte de financiamento para fundar novos empreendimentos em 2007.



Fonte: Centre for Business Research (2008) Financing UK Small and Medium-sized Enterprises, Cambridge: CBR .

Detalhes de cada fonte de recursos:

Capital próprio: chamado de bootstrapping, é quase sempre a primeira fonte de capital utilizada pelos empreendedores. Apesar de vantajoso, por não haver custos de financiamento e nem perda de autonomia para tomada de decisões, esse tipo de capital tem suas desvantagens, como a limitação das perspectivas de expansão e o crescimento do empreendimento que, nesse caso, fica baseado no reinvestimento de parte dos lucros.

Capital de Familiares e Amigos: conhecido também como 3F, do inglês friends, family and fools, tem baixo custo e é baseado na confiança. É uma forma de

empréstimo mais fácil ou rápida de ser adquirida, mas é preciso muito cuidado para não estragar relações pessoais.

Linhas de Crédito Bancário: Além de as despesas com juros serem dedutíveis para fins de imposto de renda, financiar um negócio com linhas de crédito é uma das formas mais seguras, pois não há perda de participação acionária. Mas as desvantagens são a exigência de garantias patrimoniais, grandes taxas de juros e o aumento do risco da empresa, o que pode ser um obstáculo para conseguir novos empréstimos.

Linhas de fomento e subvenção: os Órgãos e Agências de Fomento são instituições públicas que tem como missão apoiar financeiramente a pesquisas e soluções em ciência, saúde, tecnologia e inovação. Cabe ao empreendedor a iniciativa de pesquisar novas linhas, entender o seu funcionamento, desenvolver os projetos, submetê-los à aprovação e, uma vez aprovados, empenhar-se no cronograma e na prestação de contas.

Capital de Risco: Investidores aportam capital em empresas esperando ganhar participação nos lucros e que o valor da empresa seja cada vez maior. A dinâmica é de risco e recompensa e, naturalmente, eles esperam um retorno maior do que os bancos comerciais. Existem vários tipos de investimento de risco, como investidores anjo, venture capital e private equity, e cada um tem uma forma diferente de contribuir para o sucesso do negócio e negociar suas contrapartidas. A escolha pelo melhor investidor normalmente depende de fatores como estágio de maturidade da empresa, relacionamento pessoal entre investidor e empreendedor, histórico de execução do empreendedor e sua equipe, modelo de negócio, e se esse tipo de capital faz sentido no momento.

Fontes de Capital da Mr. Man Barber Shop.

A Mr. Man Barber Shop vem com um plano diferenciado de barbearia, onde vai contar com ambiente estilizado e um aplicativo para nossos clientes, e para que isso seja possível, será necessário um investimento inicial mínimo no valor de R\$100.000,00.

Esse valor será integralmente financiado pelos dois sócios com capital próprio, onde ambos farão um investimento de capital igual a R\$50.000,00.

Esse valor será empregado da seguinte forma no novo empreendimento:

- reforma e estruturação da barbearia, será gasto em torno de R\$60.000,00.
- criação do aplicativo investimento de R\$20.000,00.
- capital de giro R\$20.000,00.

Com os dois sócios integralizando 100% do capital, eles esperam um retorno em torno de 12% ao mês, inicialmente.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O mercado de barbearias segue a todo vapor no Brasil, segundo relatório da agência Euromonitor, o consumo no mercado brasileiro de beleza masculina cresceu 70% entre 2012 e 2017, chegando a uma arrecadação de R \$19,8 bilhões. Tomando esse ritmo, o Brasil chegará a R\$26 bilhões em 2021, ultrapassando os Estados Unidos como líder global no segmento.

A alta do consumo no mercado de beleza masculina é o aumento do poder de compra da geração Millennial (nascidos de 1980 a 1995), que gasta em média R\$80,00 em produtos de beleza por mês. São eles que vêm lotando as novas barbearias "gourmet", equipadas com mesas de sinuca, tabacaria, bar, e outras atrações típicas do universo masculino. TERRA (2020).

Tendo isto em vista, mesmo respeitando as características intrínsecas e tradicionais das Barbearias tradicionais, a Mr. Man Barber Shop, vem com uma visão ancorada em uma cultura de aprendizado orientada a resultados e guiada por um claro senso de propósito que é o principal norteador da sua evolução.

Paradoxalmente, em um ambiente onde a tecnologia é onipresente e os relacionamentos virtuais tomam conta da sociedade, há uma clara tendência de revalorização de relações pessoais, vez que a Mr. Man Barber Shop, vem para quebrar qualquer paradigma com a inovação nos seus cortes, foco no cliente e seu APP, que irá contar com uma plataforma atual com insights confiáveis referente ao ramo, podendo assistir onde e quando quiser sendo acessível em qualquer dispositivo, sendo eles; jogos, cases inspiradores, dicas de séries filmes, podcast, conteúdos relevantes que te

preparam para o mundo da barbearia, mentorias de empreendedorismo de como cuidar do seu negócio, esses serão os pontos de reflexão que diz respeito a cuidar e impressionar pessoas e desvendar que o verdadeiro valor de uma rede não está concentrado na quantidade de suas conexões e sim na qualidade, pois de nada serve todos esses acessos se eles não gerarem valor. Ao observamos nossa realidade nua e crua, estatisticamente mostra-se impossível ter uma barbearia de apenas com pessoas com talentos excepcionais, em outras palavras, o networking no status quo atual se torna para os profissionais uma fonte de poder pessoal por excelência é a principal proposta a ser adotada é a de criar valor por meio de nossas redes de relacionamento; Instagram, facebook, WhatsApp, e nosso App, pois somente assim o poder pessoal conquistado será extraordinário e conferirá a seu portador uma real autonomia pessoal e profissional.

O plano de negócios, por sua vez, terá novidades futuras, como franquias, pois existem várias vantagens como; Evolução contínua, ganhos de escala com fornecedores, gestão motivada, fortalecimento da marca e barreiras para concorrentes e crescimento com capital externo.

Essa perspectiva difere da ótica tradicional buscando foco total no cliente, responsável por instalar uma visão ambiciosa junto a todos os profissionais desta barbearia, permitindo que seja aliada uma perspectiva individual de identidade, organização ambiciosa necessitam de desafios do tamanho de seus anseios para atuarem em alta performance e, principalmente, não se desestimulem e procurem outros caminhos para investir em seu potencial.

Tendo o relacionamento como fonte de poder, foi instalada em São João da Boa Vista, Estado de São Paulo, o fato determinante para a escolha desse endereço foi sua localização, onde foi realizada uma pesquisa, tendo como base um raio de 60 quilômetros do ponto de localização da empresa, onde foi constatada que nas áreas circunvizinhas, não existe o mesmo tipo de negócio oferecido pela nossa barbearia.

Para tangibilizar nossa relevância existem artefatos importantes como:

- **Formas de pagamento:** Visa, Mastercard, American Express, Hipercard, Elo Crédito, Maestro/Redeshop, Visa Electron, Elo Débito, PagSeguro Débito, PIX, Dinheiro, Cheque, Depósito, salientando que as NFs dos são Serviço Emitidas;
- **Idioma:** Português.

- **Facilidades:** Bar e Lanchonete, Wi-Fi, TV, Estacionamento - Grátis, atendemos adultos e crianças, agora o cliente pode ter a experiência do nosso serviço premium dentro da sua casa mediante ao cenário nefasto que estamos vivendo covid-19, estaremos seguindo todos os protocolos de segurança sanitária para preservar a todos.

No entanto, existe uma perspectiva concreta de mercado onde encontramos concorrentes como: Barbearia Don Bueno, Barbearia 1o de Maio, Brusco's Barber Shop - São João da Boa, Barbearia Chaplin Sjbv, ocupando 65% da clientela local, sendo assim a Mr. Man, atingiria um patamar de 35% sobre as barbearias locais, ocupando uma fatia considerável, com possibilidades de grandes avanços em seu crescimento.

Segue abaixo o gráfico correspondente:

Figura 2 Perspectiva de Clientes da Mr. Man Barber Shop.



Fonte: o autor.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Com a velocidade das mudanças que enfrentamos hoje, perder o senso de urgência e se acomodar com os louros da vitória acreditando em sua (falsa)

infallibilidade é o mesmo que ingressar de peito aberto em um território de guerra, se tiver muita sorte, você sairá só com alguns ferimentos graves. Porém o mais provável é que você não resista. Tal qual essa metáfora nos faz crer que a administração estratégica é um artefato essencial nas organizações.

Segundo SEBRAE (2016). É a administração da empresa que está sempre verificando sua razão de existir no mercado, como vai operar e aonde quer chegar em determinados prazos, vez que é a principal orientação para uma atuação eficaz, bem como aquilo que gera ameaça à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, competências e também as fraquezas internas.

Assim dizendo, é definida qual é a “missão” do negócio e também se designa como a empresa vai ser vista ao longo de um determinado tempo, linkando a “visão de futuro”, considerando os valores que caracterizam os negócios, o que se acredita ser relevante para a sustentabilidade do empreendimento.

Em um cenário como o atual, que exponencia o nível de competitividade das barbearias, não há hipótese de uma formulação estratégica que não situe o cliente no centro da jornada de criação de valor da empresa. Em detrimento de ações responsivas aos passos dos concorrentes, vez que vivemos em um ambiente estável e incerto, que requer o estímulo a novas visões e perspectivas.

A Mr. Man Barber Shop, além da afinidade de visões, e inovação, vez que inovar é resolver o problema de alguém de uma forma que ninguém nunca fez, mas que seja rentável, e traga retorno.

Temos uma visão compartilhada, em responsabilidade da Equipe:

- **Estratégico** - Ter em mente que a pergunta faz parte de uma conversa. E uma conversa é uma dança em que as pessoas estão sincronizadas, ou seja foco direcionado ao cliente e a um bom diálogo, e sempre garantindo qualidade e excelência em produtos e serviços;
- **Tático** - Alinhar o orçamento empresarial junto à capacidade produtiva da barbearia;
- **Operacional** - Garantir que os cortes e serviços sejam de acordo com a demanda, preocupado com a qualidade e agilidade em seus processos;

Seguiremos a metodologia, de estar compenetrado a todos os fatores que a mantém no mercado, sendo assim, propomos o uso do planejamento estratégico para acompanhar diariamente, se os objetivos estão sendo alcançados e se os planos traçados estão saindo como o planejado, reconhecendo seus pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades no mercado através da análise swot.

Pontos Fortes:

- Preço aceitável nos serviços prestados;
- Atendimento diferenciado, foco sempre no cliente;
- Produtos de alta qualidade;
- Manter o espírito de equipe sempre;

Pontos Fracos:

- Custo alto no material utilizado nos serviços prestados;
- Estratégia de marketing ruim, mediante a divulgação e promoção da barbearia;
- Falta de controle no estoque;
- Formação de preços;

Oportunidades:

- Novas parcerias, visando outros nichos que agregue a barbearia;
- Lançamento de novos produtos;
- Mercado em crescimento, podendo atrair novos clientes;

Ameaças:

- Concorrentes antigos, que estão a mais tempo no mercado;
- Alteração nas leis;

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é o passo inicial para a consolidação da empresa e para que a mesma seja bem sucedida, é basicamente o que esperamos desse empreendimento em determinado espaço de tempo.

O planejamento operacional é a fase onde são traçadas as metas de curto prazo para serem iniciadas de imediato. Nessa fase, nossa instituição estipulou como meta a pesquisa de um ponto estratégico e acessível de acordo com o capital disponível para a implantação da nossa Barbearia. Assim que estabelecido o local, será executado o projeto de paisagismo do ambiente, procura por fornecedores com produtos de qualidade superior no mercado, máquinas de cartão de crédito, contratação dos barbeiros, para iniciação do curso preparatório para assumirem seus respectivos cargos.

Em seguida, iremos iniciar o marketing para a inauguração do negócio por meio de propagandas em redes sociais, como whatsapp, instagram e facebook através de links patrocinados, como também por meio de entrega de panfletos por toda a cidade

No planejamento tático são definidos os objetivos de curto e médio prazo, que auxiliam na efetivação dos objetivos de longo prazo. Durante esse período desejamos ter uma ampla carteira de clientes, podendo expandir o negócio e adquirir novos portfólios. Desta forma, iremos manter o relacionamento com os clientes conquistados e cativar novos, através de eventos e serviços especializados como o “dia do noivo”

O planejamento estratégico são as expectativas de longo prazo dos fundadores para a organização. Nessa etapa esperamos ser um grande ponto de referência no ramo de Barbearia da região e ter a oportunidade de abrir filiais, expandindo as nossas lojas por todo estado de SP.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A Missão, visão e valores é um conjunto de preceitos que confere identidade e o propósito de uma empresa. Basicamente, sem esse conjunto, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e conduzir as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados.

Cada um dos tópicos direciona a uma pergunta sobre a organização: quem ela é, o que valoriza e para qual direção está indo.

Basicamente, a missão é o objetivo da empresa, ou seja, define o foco de atuação da mesma. A visão é a explicação de onde a empresa deseja chegar a longo prazo e o seu grande objetivo a ser alcançado. Já os valores são os princípios a serem seguidos em todas as ações da organização, ou seja, como a empresa deve se portar na sociedade e no mercado externo.

Exemplos de Missão, Visão e Valores

Missão:

- Walmart – “Nós economizamos o dinheiro das pessoas para que elas possam viver melhor!”
- Harley Davidson – “Nós realizamos sonhos através da experiência de motociclismo.”
- Mary Kay – “Dar oportunidades ilimitadas às mulheres.”
- Microsoft – “Ajudar pessoas e empresas por todo mundo a realizar todo o seu potencial!”

Visão:

- Disney – “Criar um mundo onde todos possam se sentir crianças.”
- Coca-Cola – “Matar a sede do mundo.”
- Petrobrás Visão 2030 – “Ser uma das cinco maiores empresas integradas de energia do mundo e a preferida dos seus públicos de interesse.”

Valores:

- Avon – “Confiança; Respeito; Crença; Humildade; Integridade.”
- Petrobras – “Respeito à vida, às pessoas e ao meio ambiente; Ética e transparência; Orientação ao mercado; Superação e confiança; Resultados.”
- Banco Itaú – “Só é bom para a gente, se for bom para o cliente; Simples. Sempre; Fanáticos por performance; Pensamos e agimos como donos; Gente é tudo para a gente; Ética é inegociável; O melhor argumento é o que vale.”
- Coca-Cola – “Inovação; Liderança; Responsabilidade; Integridade; Paixão; Colaboração; Diversidade; Qualidade.”

Vantagens adquiridas quando uma empresa desenvolve e vive sua missão, visão e valores:

- **Determina a Direção da Empresa:** elas são aplicadas para lembrar o motivo da empresa existir e recordar a todos envolvidos o que se está buscando;
- **Foca o Futuro da Empresa:** ao se criar a visão da empresa e torná-la de conhecimento comum entre todos, uma das vantagens que se observa é a maior facilidade em manter o foco no futuro da empresa, onde ela deseja chegar em determinado tempo e não deixar que isso se perca ao longo da trajetória;
- **Forma a Base para o Alinhamento:** quando são realizadas novas contratações, a Missão, Visão e Valores já servem como “filtro”. Se o candidato à vaga, compartilha dos mesmos princípios, já é um indício de que a contratação pode ser bem-sucedida;
- **Direciona a Tomada de Decisão:** Com uma missão de fácil entendimento, uma visão focada e valores racionais, estabelecendo limites importantes, permitindo que os gestores deleguem responsáveis estratégicos para cada função.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Entendendo a importância da missão, visão e valores para as empresas. Chegou o momento de definirmos essas ferramentas ao nosso novo empreendimento.

Acreditamos que a missão da Mr. Man Barber Shop é proporcionar uma experiência de satisfação completa ao cliente, através de seu excelente atendimento, serviços e produtos com exclusivo padrão de qualidade; em um ambiente confortável, moderno e descontraído, que prioriza o total foco na autoestima e bem estar masculino.

Em relação a visão, definimos que queremos ser a maior referência no interior de São Paulo, no ramo de serviços estéticos masculino; acompanhando as tendências de

mercado, fidelizando clientes e gerando novas amizades, além de ser um exemplo de negócio e rentabilidade.

E por último é não menos importante, os nossos valores, que serão: inovação, compromisso, boas conversas, excelentes produtos, respeito ao próximo e as diversidades, trabalho padronizado e profissionalismo.

4. CONCLUSÃO

Neste projeto abordamos o tema BRAINSTORMING EMPRESARIAL, que se trata da criação de um novo empreendimento, onde não havia necessidade de preocupação com a real viabilidade do negócio, e tem como objetivo fomentar discussões sobre novos negócios.

Durante o processo de criação houve várias ideias de negócio, e por fim optamos pela criação de uma barbearia, onde o cliente não iria ao estabelecimento apenas para tratar a aparência, mas também para ter um momento de lazer, em um ambiente inovador.

A partir da proposta de negócio, fizemos todo o processo de criação de um plano de negócios, onde explicamos cada detalhe do novo empreendimento: quais os serviços oferecidos, o gerenciamento da empresa, possíveis concorrentes, tipos de cliente, fonte de capital, a porcentagem de lucro, o plano estratégico, a missão visão e os valores da empresa.

Ao elaborar esse projeto pudemos ver de perto como é a criação de um novo empreendimento, não se trata de algo fácil, pois mesmo com toda a liberdade de ideias que tivemos aqui, não foi simples, vários detalhes influenciaram em nossas decisões, colocando isto em perspectiva junto a um plano de negócio de uma nova empresa real, seria algo muito mais complexo do que foi idealizado aqui.

Podemos concluir que sem o devido conhecimento da área de atuação da empresa, estudo de mercado e um bom plano estratégico, fazer um investimento em um novo negócio é algo muito arriscado, a chance desse novo projeto não dar certo é

enorme, por esse motivo é muito importante ter a consultoria de profissionais qualificados, para cuidar de cada detalhe do projeto .

REFERÊNCIAS

➤ **No texto: INTRODUÇÃO**

➤ **Nas Referências :**

Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Brainstorming>>. Acesso em 13 de maio de 2021.

Seis passos para iniciar bem o seu negócio. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/6-passos-para-iniciar-bem-o-seu-novo-negocio>. Acesso em 13 de maio de 2021.

O que é Gestão Empreendedora e como aplicar na sua empresa hoje, 30 de maio de 2018. Disponível em: <<https://codigosdebarrasbrasil.com.br/gestao-empreendedora/>>. Acesso em 13 de maio de 2021.

Entenda o que é Administração estratégica. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-e-strategica/>>. Acesso em 13 de maio de 2021.

➤ **No texto: DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

➤ **Nas Referências :**

Como montar uma barbearia. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-barbearia>>. Acesso em 14 de maio de 2021.

Consultoria de corte com visagismo para homens. Disponível em: <https://tocahair.com.br/consultoria-de-corte-com-visagismo-para-homens/>>. Acesso em 14 de maio de 2021.

Empreendedorismo e inovação: a moeda para o sucesso nos negócios, 12 de fev. de 2020. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/empreendedorismo-e-inovacao/>>. Acesso em 16 de maio de 2021.

Como montar uma barbearia, tudo que você precisa saber para abrir seu negócio, 25 de jun. de 2029. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/como-montar-uma-barbearia/>>. Acesso em 16 de maio de 2021.

Como montar uma barbearia moderna, 06 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.businessconnection.com.br/como-montar-uma-barbearia-moderna/>>. Acesso em 16 de maio de 2021.

➤ **No texto: GESTÃO EMPREENDEDORA**

➤ **Nas Referências :**

O que é e como funciona a Gestão Empreendedora. Disponível em: <https://www.feijaocomarroz.net/blog/gestao-empreeendedora>>. Acesso em 23 de maio de 2021.

OLIVEIRA, RODRIGO. Como fazer gestão de Barbearia: O guia completo para crescer o negócio, 01 de out. de 2018. <https://blog.stayapp.com.br/como-fazer-gestao-de-barbearia-guia/>>. Disponível em: 23 de maio de 2021.

BÊZ, MARCELO. O que todo barbeiro precisa saber antes de abrir uma barbearia, 28 de out. de 2019. Disponível em:

<<https://www.belasis.com.br/o-que-todo-barbeiro-precisa-saber-antes-de-abrir-uma-barbearia/>>. Acesso em 25 de maio de 2021.

- **No texto: PERFIL DO EMPREENDEDOR**
- **Nas Referências :**

DAL' BO', R. **As características e o perfil do empreendedor.** 2008. Disponível em:

<<https://administradores.com.br/artigos/as-caracteristicas-e-o-perfil-do-empendedor>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

- **No texto: FONTES DE CAPITAL**
- **Nas Referências :**

BESSANT John, TIDD Joe. Inovação e Empreendedorismo. **Minhabiblioteca**, 2019.

Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605189/cfi/381!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

Onde buscar Recursos Financeiros para Alavancar o seu Negócio. **Endeavor**, 2021.

Disponível em:

<<https://endeavor.org.br/dinheiro/onde-buscar-recursos-financeiros-para-alavancar-o-seu-negocio/>>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

- **No texto: PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**
- **Nas Referências :**

TERRA. **Com clientes mais exigentes, mercado de barbearias segue em ascensão.** 2020. Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/noticias/dino/com-clientes-mais-exigentes-mercado-de-barbearias>>

<arias-segue-em-ascensao.a18706e3d2c19aec6085f85818ac6d20aob99hep.html>>.

Acesso em: 22 mai. 2021.

➤ **No texto: ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

➤ **Nas Referências :**

SEBRAE. **Entenda o que é administração estratégica.** 2016. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-e-strategica.44af6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=%C3%89%20a%20administra%C3%A7%C3%A3o%20da%20empresa,da%20administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20uma%20empresa.>> Acesso em: 19 mai. 2021.

➤ **No texto: A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

➤ **Nas Referências :**

Eficácia na hora do planejamento empresarial. **Época Consultoria**, 2021 . Disponível em:

<https://epocaconsultoria.com.br/planejamentoestrategico/?gclid=Cj0KCQjw78yFBhCZARIsAOxgSx1TiCvcRBptVyu3rZTsYSKVnOsJjSrV0GTL9MnzWp5qDESIjpuopEaAg19EALw_wcB> . Acesso em: 30 de maio de 2021.

MARCONDES, José Sérgio. Planejamento Operacional: O que é? O que faz, como Funciona, e Tipos. Gestão de Segurança Privada, 2016. Disponível:

<<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/planejamento-operacionalconceitosdefinicao/#:~:text=Planejamento%20operacional%20s%C3%A3o%20os%20planos.transformam%20em%20a%C3%A7%C3%A3o%20e%20resultado>>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

ÁVILLA, Rafael. Como fazer um Planejamento Tático. **Blog Luz**, 2016. Disponível em: <<https://blog.luz.vc/como-fazer/planejamento-tatico/>>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

SILVA, Emerson. 10 passos para elaboração de um planejamentoo estratégico. **ADM Consult**, 2019. Disponível em: <https://admconsult.com.br/elaboracaoplanejamentoestrategico/?utm_source=google_ads&utm_medium=cpc&utm_campaign=blog_post&gclid=Cj0KCCQjw78yFBhCZARIsAOxgSx3Kx_acU5CcAykL0Hz7pFUz98ZYGkvHaY0CyVtJYGjTBF9-2nW6nhQaAphkEALw_wcB>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

- **No texto: MISSÃO, VISÃO E VALORES**
- **Nas Referências :**

CLOSS, Danieli. Tudo sobre Comunicação Interna, Endomarketing, Gestão de Pessoas e TV Corporativa!. **Endomarketing.tv**, 2019. Disponível em: <<https://endomarketing.tv/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 16 de maio de 2021.

ROVINA, Jackson. Desvendando missão, visão e valores: aprenda o que é e como construir na sua empresa. **EUAX Consulting**, 2020. Disponível em: <<https://www.euax.com.br/2020/03/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 16 de maio de 2021.

Missão, Visão e Valores: O que são e como defini-los. **SB Coaching**, 2021. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/missao-visao-valores/>>. Acesso em: 16 de maio de 2021.

- **No texto: MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO**
- **Nas Referências :**

Eficácia na hora do planejamento empresarial. **Época Consultoria**, 2021 . Disponível em:

<https://epocaconsultoria.com.br/planejamentoestrategico/?gclid=Cj0KCOjw78yFBhCZARIsAOxgSx1TiCvcRBptVyu3rZTsYSKVnOsJjSrV0GTL9MnzWp5qDESIjpuopEaAg19EALw_wcB> . Acesso em: 30 de maio de 2021.

MARCONDES, José Sérgio. Planejamento Operacional: O que é? O que faz, como Funciona, e Tipos. **Gestão de Segurança Privada**, 2016. Disponível:

<<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/planejamento-operacionalconceitosdefinicao/#:~:text=Planejamento%20operacional%20s%C3%A3o%20os%20planos,transformam%20em%20a%C3%A7%C3%A3o%20e%20resultado>>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

ÁVILLA, Rafael. Como fazer um Planejamento Tático. **Blog Luz**, 2016. Disponível em: <<https://blog.luz.vc/como-fazer/planejamento-tatico/>>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

SILVA, Emerson. 10 passos para elaboração de um planejamentoo estratégico. **ADM Consult**, 2019. Disponível em:

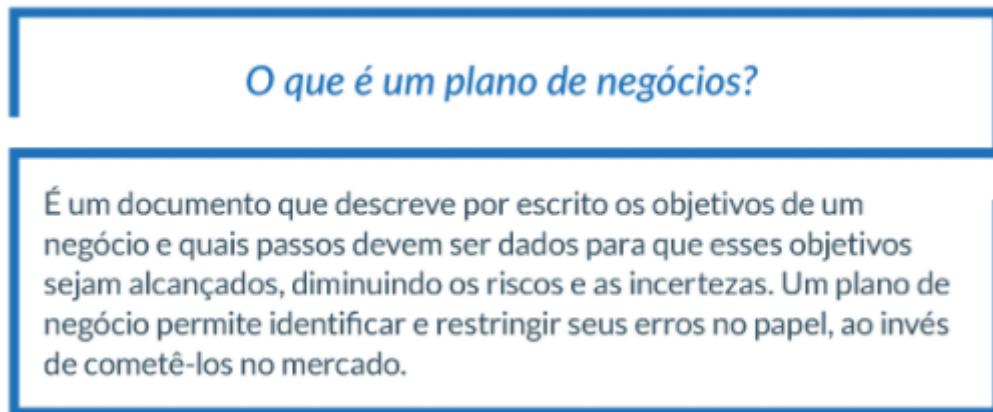
<https://admconsult.com.br/elaboracaoplanejamentoestrategico/?utm_source=google_ds&utm_medium=cpc&utm_campaign=blog_post&gclid=Cj0KCOjw78yFBhCZARIsAOxgSx3Kx_acU5CcAykL0Hz7pFUz98ZYGkvHaY0CyVtJYGjTBF9-2nW6nhQaAphkEALw_wcB>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

ANEXOS

Figura 1: Logomarca da Empresa



Figura 2: Modelo de Plano de Negócios



Como elaborar um Plano de Negócios – SEBRAE

Disponível

em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf). Acesso em 01 de jun. de 2021.

