



# PROJETO DE EXTENSÃO

2021

**UNifeob**

| ESCOLA DE NEGÓCIOS

**UNIFEOB**

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

**ESCOLA DE NEGÓCIOS**

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO DE EXTENSÃO**

**FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS**

**YANDRA ARAÚJO - AFROS & CACHOS**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
NOVEMBRO, 2021

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO DE EXTENSÃO**

**FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS**

**YANDRA ARAUJO AFROS & CACHOS**

MÓDULO DE FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Ana Carolina Maldonado Matos

Fundamentos de Economia – Prof. Elaina Cristina Paina Venâncio

Fundamentos de Finanças – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Projeto de Fundamentos Empresariais - Prof. Ana Carolina Maldonado Matos

Alunos:

Aline Raquel Nicolau, RA 21000879

Giovane Dutra Barbosa, RA 21000608

Maria Eduarda Cassiano Lourenço, RA 21000027

Mateus Vilela de Oliveira, RA 21000961

Sarah Cristini de Barros Silva, RA 21000430

Mentor:

Leticia Domiciano Gabriche, RA 20000292

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2021

## Sumário

1 INTRODUÇÃO	4
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
<b>3 METODOLOGIA</b>	<b>7</b>
3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	7
3.1.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES	7
3.1.2 CLIENTES	7
3.1.3 CONCORRENTES	7
3.2 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	8
3.2.1 ANÁLISE DE MERCADO EM GERAL	9
3.2.2 ANÁLISE DE MERCADO	14
3.2.3 CLIENTES DA YANDRA	17
3.2.4 CONCLUSÃO GERAL	21
3.2.5 ANÁLISE SWOT	21
3.3 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	23
3.3.1 ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL	23
3.3.2 PROJEÇÃO	24
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	26
<b>4 SUGESTÕES</b>	<b>27</b>
4.1 SOFTWARES	27
4.1.1 TRINKS	27
4.1.2 GENDO	28
4.2 VISIBILIDADE	30
4.3 PACOTES PROMOCIONAIS	30
4.4 EXPERIÊNCIAS DIFERENCIADAS	31
4.5 MELHORAR ROTATIVIDADE DO ESTOQUE	31
4.6 EFEITO POSITIVO NA SOCIEDADE	31
<b>5 RESULTADOS</b>	<b>33</b>
<b>6 CONCLUSÃO</b>	<b>34</b>
7 REFERÊNCIA	35

# 1 INTRODUÇÃO

Neste projeto de consultoria empresarial tem por objetivo a criação de opções para que a empresa se destaque no mercado em que está inserida, dando ênfase ao seu diferencial, que é o trabalho humanizado e especializado em cabelos afros e cacheados.

A disciplina Fundamentos de Administração contribuirá para estruturarmos o papel de liderança da empresária, planejar de acordo com sua missão, visão e valores.

Fundamentos de Contabilidade ajudará em conseguirmos analisar seu relatório financeiro e se está em equilíbrio.

Em Fundamentos de Economia usaremos o aprendizado sobre análise de mercado em que ela está inserida.

Por fim, em Fundamentos de Finanças, conseguiremos analisar as vantagens de um futuro financiamento para compra de novos equipamentos e outros investimentos para a empresa.

A contribuição deste grupo de consultoria será a elaboração de uma melhor estrutura empresarial, pesquisando e analisando o mercado e seus concorrentes, observando para aprimorar toda estrutura desde a parte externa, como imagem para captação de novos clientes e comparar com seus concorrentes, aumentar seu faturamento, e parte interna os dados contábeis.

## 2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa de Yandra Salustiano de Araujo, cujo o nome fantasia recebido é Yandra Araujo Afros e Cachos, inscrita no CNPJ: 38.133.293/0001-58, está situada no interior de São Paulo, na cidade de São João da Boa Vista, com o logradouro Jose Inacio Neto, número 200, no bairro Jardim das Rosas de CEP: 13.876-644. Yandra é considerada MEI (microempreendedora individual) onde trabalha apenas ela, em todos os setores da empresa, desde a mão de obra até o marketing da mesma, possui apenas uma funcionária por contrato intermitente, que é apenas chamada quando há épocas de grandes procuras, como natal e fim de ano. Seu empreendimento se encontra ativo desde 18/08/2020 e seu porte é considerado como Microempresa.

Por mais que viesse trabalhando nesse segmento, ela nunca havia se encontrado, mas a partir do momento que surgiu a oportunidade de criar seu próprio salão seu desejo de empreender que já existia só aumentou.

E foi em meio a pandemia que ela iniciou seu sonho, em sua casa e com um capital social de R\$ 1.200,00, ela iniciou sua atividade econômica principal de cabeleireira, manicure e pedicure; e como atividade secundária o Comércio Varejista de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal.

Baseado em suas experiências com outros salões, onde observava que não tinha pessoas qualificadas para os cabelos afros e cacheados, que por muitos anos foram rotulados como “ruins”, ela resolveu que iria se especializar neste segmento e assim agregar na vida das pessoas.

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO**

#### **3.1.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

Missão: Elevar a autoestima das mulheres, por meio do atendimento humanizado e ressignificando o padrão de beleza.

Visão: Ser referência em cuidados capilares, por meio da Excelência da qualidade e de prestação de serviços.

Valores:

- Paixão em servir;
- Respeito às diferenças;
- Valorização do ser humano;
- Ética profissional;
- Humanização nos atendimentos

#### **3.1.2 CLIENTES**

Seu público alvo é, portanto, mulheres de 25 a 60 anos com cabelos afros, porém atualmente está recebendo uma procura também de crianças, adolescentes e homens, vale ressaltar que 95% de seus clientes estão em transição capilar.

Sua essência é ensinar seus clientes a amarem, e aprenderem a cuidar do seus cabelos, e que eles são lindos quanto um cabelo liso de capa de revista, e também desfazer os padrões de beleza impostos pela sociedade, pois quando se fala em cabelo afro, isso não se refere apenas à textura dos fios, mas a uma cultura que se expressa de múltiplas formas, incluindo penteados e cortes.

#### **3.1.3 CONCORRENTES**

Sobre seus concorrentes, é importante ressaltar que a empresa Yandra Araujo Afros & Cachos não possui concorrentes diretos que prestam os mesmos serviços, pois o diferencial que não há em outros são os produtos naturais e a preocupação com saúde dos cabelos, juntamente a sua tecnologia denominada “Tricoscopia” possibilitando a análise celular de

seus cabelos, tratando- os de forma 100% natural e de forma especializada, o que agrega cada vez mais valores aos seus serviços prestados.

Os concorrentes de forma indireta que conseguimos identificar no mercado de São João da Boa Vista, são Ney Afros e Isamara Martins, eles prestam serviços em cabelos afros, mas voltados para tranças, dreadlok, cortes unissex, mas nenhum deles possuem a essência de utilizar produtos naturais e livres de químicas.

### **3.2 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA**

A Yandra Araujo Afros e Cachos, está situada no setor terciário da economia, determinado como comércio, no ramo de estética e estética capilar. Diante da pandemia seu empreendimento foi afetado diretamente, em meados do mês de março a julho os salões de beleza tiveram que se manter de portas fechadas, sem funcionamento para auxiliar no combate do covid -19. Mesmo quando houve a reabertura parcial dos comércios, por um tempo seu salão teve que manter-se fechado por não fazer parte do grupo dos essenciais, e quando pode finalmente reabrir, sua capacidade estava limitada, e parte da clientela ainda se via com medo de frequentar os salões por ser algo que não se encaixa em necessidades básicas e que pode ser adiado. Atualmente os cuidados continuam, porém a confiança das clientes para voltarem a frequentar os salões para cuidar de seus cabelos voltaram de forma gradativa, por conta da minimização da pandemia e da imunização.

Nesse tempo de incerteza a situação financeira do empreendimento e da empresária foram comprometidos, além da parte financeira, o marketing teve que ser dobrado para que atraísse novamente a clientela.

Diante do cenário atual, percebemos que ao visar seu crescimento, terá que fazer uma análise, chamada de Custo de Oportunidade, para avaliar o valor do que será “renunciado” para se tomar aquela decisão mais viável. Exemplos:

- Mudar o local de seu salão; vantagem, lugar mais acessível, mais visibilidade para surgir novos clientes, melhorar o espaço para atendimento. Desvantagem, aumento nas despesas de água, energia e aluguel.
- Contratar uma funcionária para o salão; vantagem, poderá atender mais clientes. Desvantagem, aumento na despesa com “salário”.
- Contratar uma funcionária da área administrativa; vantagem, terá maior controle sobre os dados administrativos da empresa, como o estoque e o marketing para captação de clientes. Desvantagem, aumento na despesa com salário.



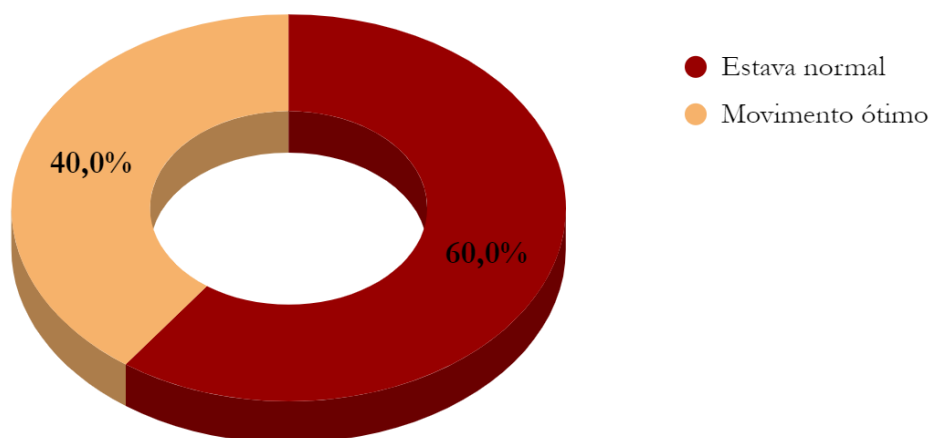
- Financiamento para compra de equipamentos e até mesmo na ajuda com novo local; vantagem, mais dinheiro para poder investir em melhorias. Desvantagem, com o risco de poder surgir uma nova onda de contaminação do covid-19, sua dívida com o financiamento poderá sair de controle e se endividar.

### 3.2.1 ANÁLISE DE MERCADO EM GERAL

Diante de uma análise feita para descobrirmos o estado do mercado em que se encontravam os comércios antes do decreto fundado em 2020, que previa o fechamento dos comércios não essenciais, tivemos respostas positivas quanto a situação financeira e o movimento dos salões.

Gráfico 01

Como foi seu 2020 antes do decreto de fechamento? (antes de abril)

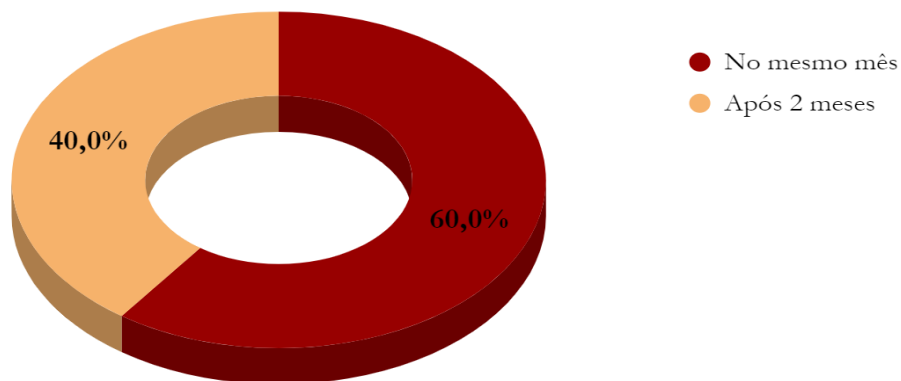


Fonte: Formulário

Após o mês de abril de 2020, com o fechamento das atividades consideradas não essenciais, os estabelecimentos de salões de beleza e barbearia, começaram a se sentir afetados logo no primeiro mês, entretanto alguns responderam que apenas após dois meses começaram a sentir o peso do fechamento.

Gráfico 02

Após o mês de abril de 2020, quando fechamento começou a afetar?

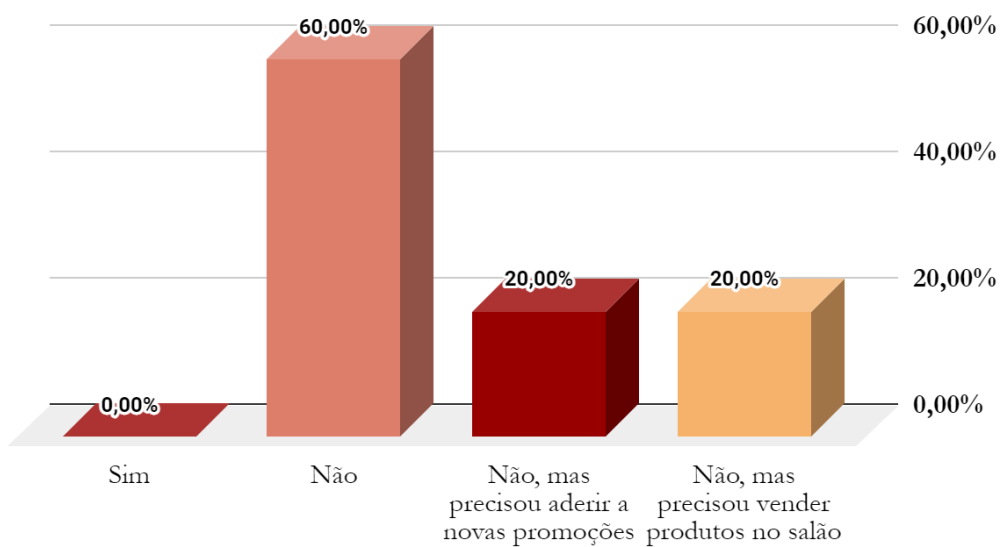


Fonte: Formulário

Nas respostas analisadas, percebemos que nenhum empreendedor precisou optar por uma renda extra, apenas aderir a novos métodos dentro do próprio salão, como realizar promoções ou combos para as clientes e vender produtos relacionados à beleza.

Gráfico 03

Teve que optar por uma renda extra? Se sim, Qual?

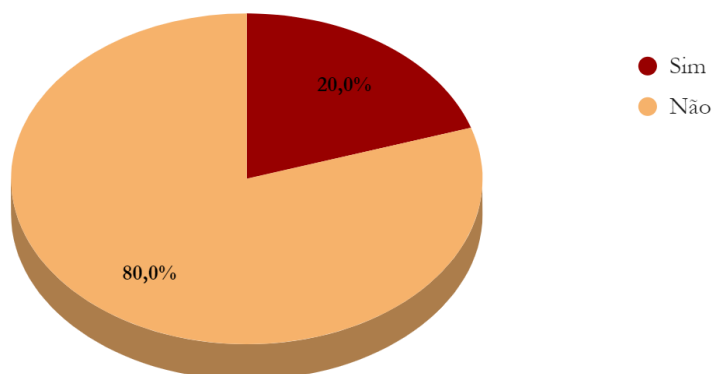


Fonte: Formulário

Grande parte do público pesquisado, não teve endividamento com fornecedores, bancos e outros, e a minoria apresentou problemas financeiros.

Gráfico 04

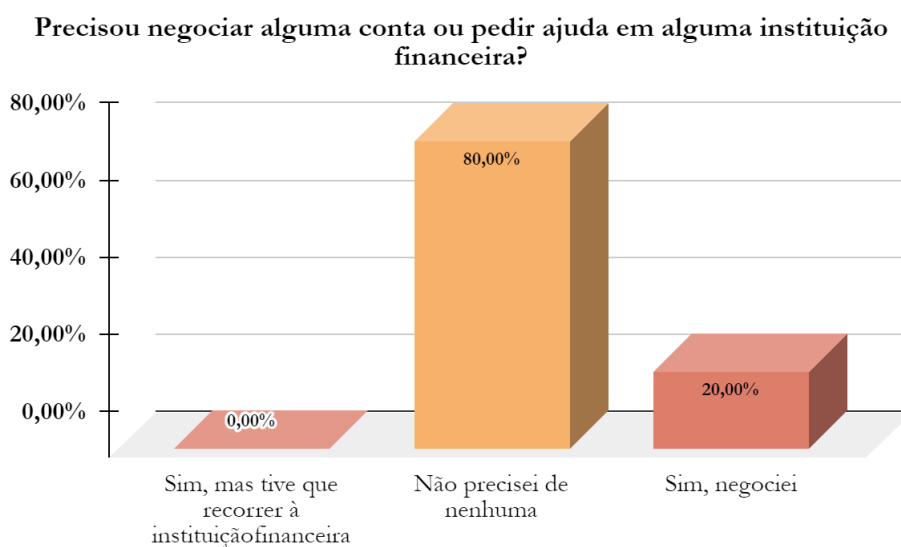
Teve algum endividamento? (fornecedores, contas, bancos, etc)



Fonte: Formulário

A próxima pergunta que fizemos é interligada com a anterior, como a maioria não teve endividamento, estes, não precisaram negociá-los, mas a pequena parte que apresentou dívidas, procurou negociá-las.

Gráfico 05

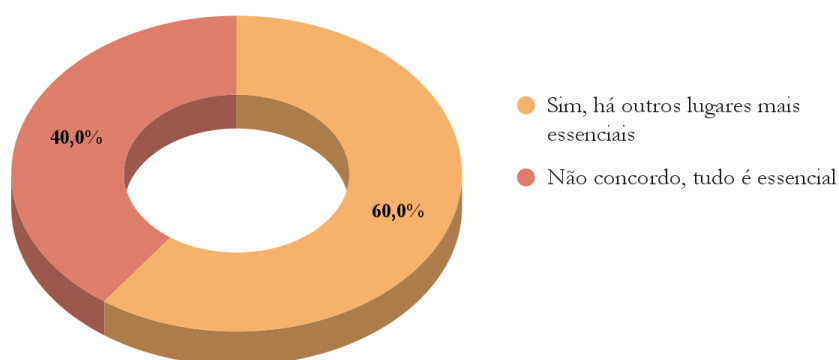


Fonte: Formulário

A maioria dos empreendedores de salões de beleza e barbearias concordam que há lugares mais essenciais e concordaram com o decreto, já 40% dos pesquisados discordam desta afirmação e consideram que toda fonte de renda é essencial, pois todos devem trabalhar para que a economia continue girando e assim, não afetando as famílias de menor poder aquisitivo.

Gráfico 06

Concorda com os decretos que nomeavam como "não essencial"?

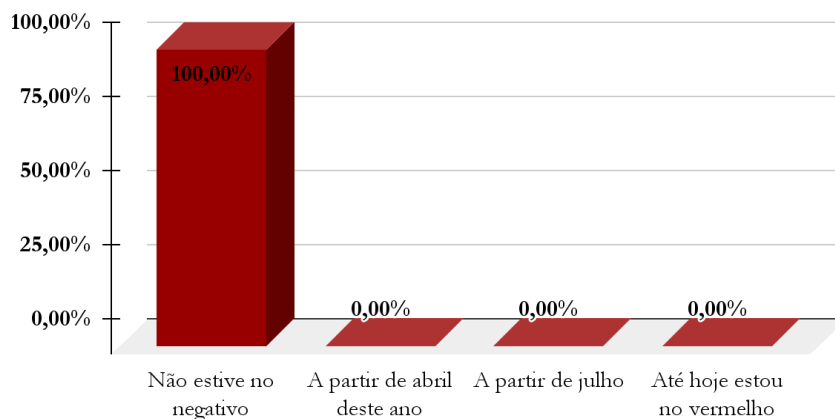


Fonte: Formulário

Perguntamos também a partir de quando a situação financeira negativa da organização começou a mudar, e de todos, nenhum obteve uma margem negativa em seu lucro, pois suas dívidas puderam ser negociadas e a situação contornada.

Gráfico 07

A partir de quando você considera que a situação financeira "negativa" começou a mudar?

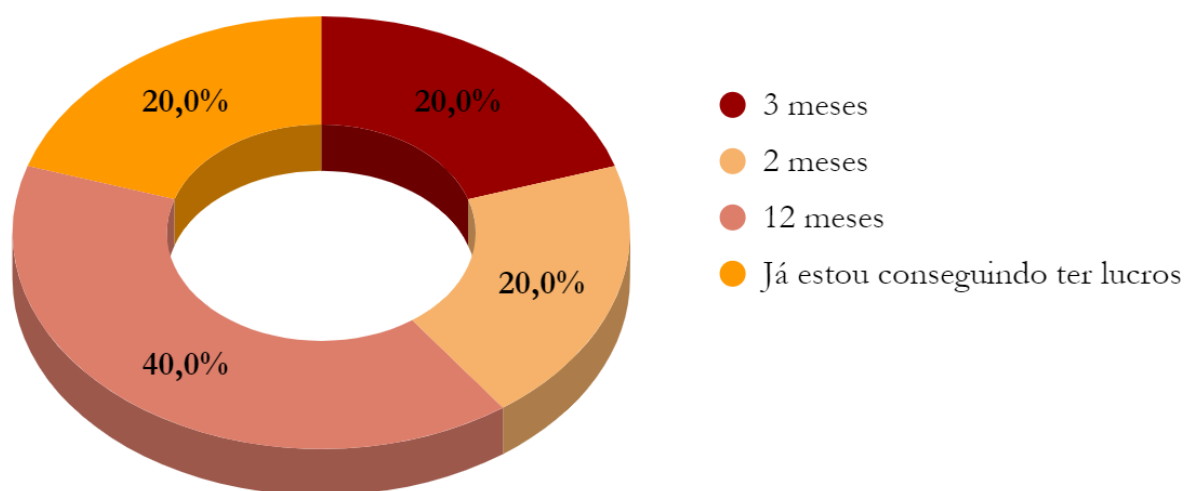


Fonte: Formulário

De acordo com as respostas obtidas, percebemos que os empresários consideram que seus lucros estarão em uma margem positiva após dois ou três meses, mas a maioria acredita que apenas após doze meses a sua estabilidade financeira voltará.

Gráfico 08

**A partir de quando você considera que as coisas estarão fluindo de forma positiva, sem medo de ter que parar novamente?**



Fonte: Formulário

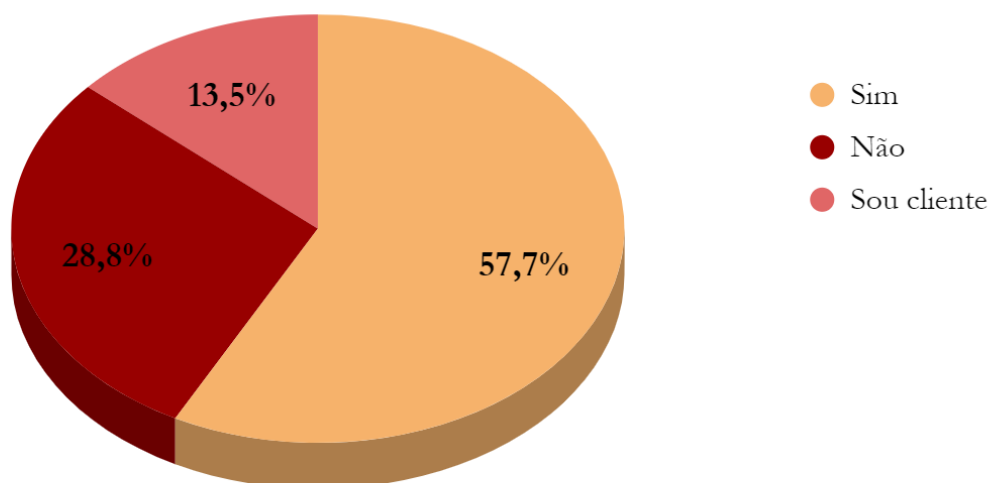
De acordo com as pesquisas realizadas, podemos concluir que a maioria dos empreendedores do ramo de salão de beleza e barbearia, foram sim afetados pelos decretos que vedaram o funcionamento de seus estabelecimentos, porém a maioria dos pesquisados não obtiveram dívidas, mesmo havendo a necessidade de negociação de alguma conta e não houve necessidade de optar por uma renda extra, apenas aprimorar suas atividades já exercidas e aumentar seu leque de prestação de serviço, como por exemplo, vender produtos. Conseqüentemente, após a flexibilização, os empresários já estão se recuperando e pretendem alcançar sua estabilidade novamente em no máximo doze meses.

### 3.2.2 ANÁLISE DE MERCADO

Realizamos uma análise de mercado, focado na visibilidade e reconhecimento do salão Yandra Afros e Cachos da cidade de São João da Boa Vista - SP. Perguntamos quem conhece ou já ouviu falar sobre este empreendimento e 57,7% conhece esta empresa e 13,5% já é cliente deste salão de beleza, apenas 28,8% dos que responderam o questionário não a conhecemos, podemos concluir que, a divulgação poderia ser mais intensa nas redes sociais, pois são nelas que temos um maior contato com o público alvo.

Gráfico 09

Você conhece o salão de beleza Afros & Cachos da Yandra Araujo?

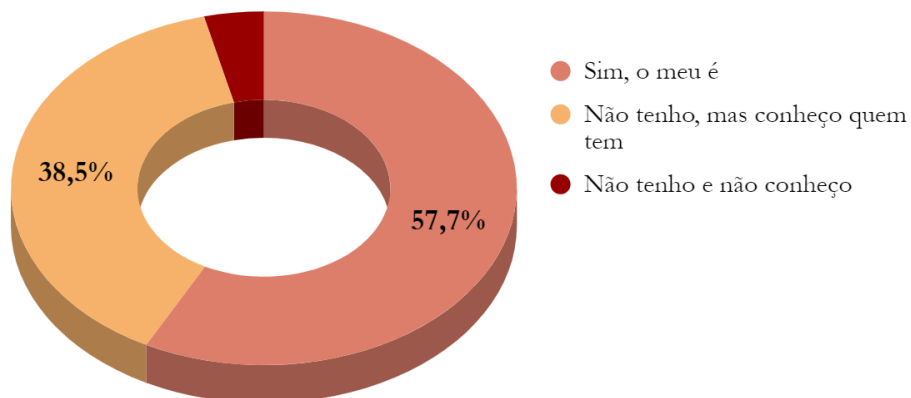


Fonte: Formulário

Diante da pesquisa constatamos que 57,7% das pessoas que participaram deste questionário possuem cabelo afro ou cacheado, e 38,5% não possuem, porém conhecem quem tem. Ou seja, este público representa uma grande parcela da população, o que faz com que os serviços prestados pela cabeleireira sejam requisitados.

Gráfico 10

Você possui ou conhece pessoas de cabelo cacheado ou afro?

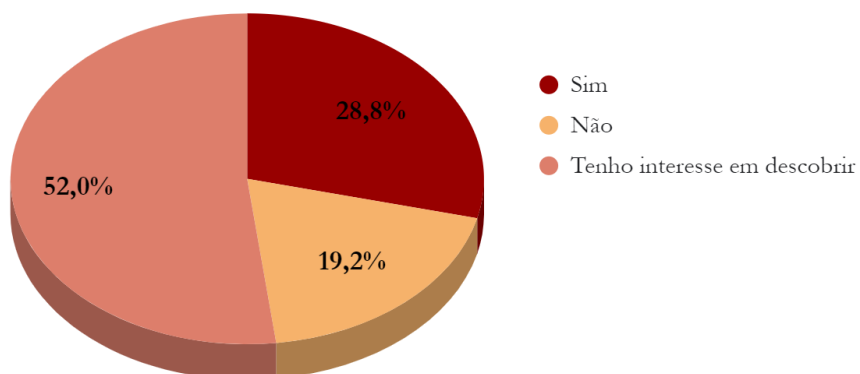


Fonte: Formulários

A profissional Yandra, realiza um procedimento que permite analisar a estrutura de seu cabelo, o que é algo muito importante, 51,9% das pessoas que responderam possuem interesse em descobrir qual a sua estrutura e 28,8% já conhecem.

Gráfico 11

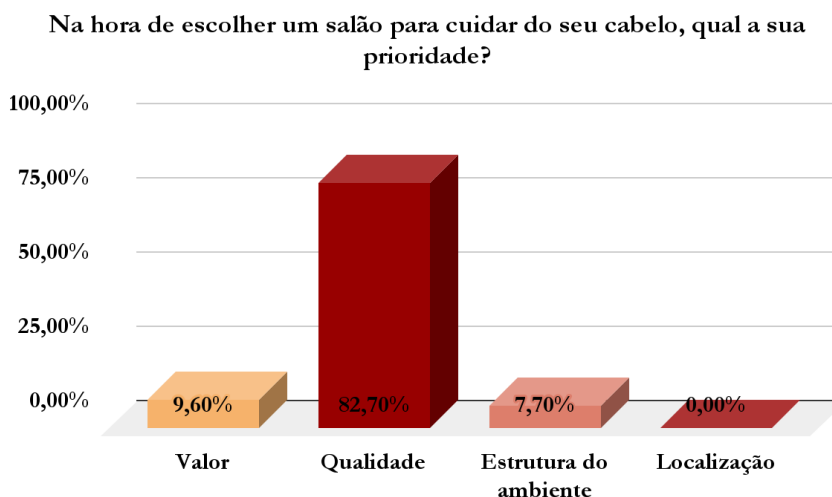
Você conhece a estrutura do seu cabelo?



Fonte: Formulário

Queríamos entender qual os critérios analisados de quem busca um salão de beleza e percebemos que 82,7% visam a qualidade do atendimento e do serviço prestado, 9,6% procuram por valores mais acessíveis e ainda 7,7% concedem sua prioridade na estrutura do ambiente.

Gráfico 12

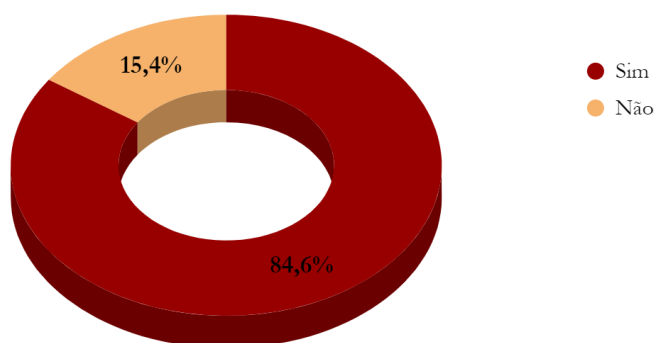


Fonte: Formulário

A empreendedora realiza um procedimento denominado tricoscopia, que pode diagnosticar distúrbios no couro cabelo, examinar as diferentes áreas da cabeça e detectar o local comprometido e qual a intensidade deste problema. Analisamos quem teria interesse em realizar este tipo de procedimento e 84,6% das pessoas que responderam possuem curiosidade neste método utilizado.

Gráfico 13

Teria interesse em conhecer o procedimento denominado tricoscopia?



Fonte: Formulário



Com todos as informações colhidas, chegamos a seguinte observação: O salão é bem conhecido na cidade em que está localizado, a maioria dos entrevistados têm e conhecem alguém que tenha o cabelo da estrutura da qual a Yandra trabalha, porém não sabem exatamente qual sua real estrutura, qual a situação da saúde dos seus fios e do couro cabeludo, mas sentem vontade de saber mais e conhecer melhor sobre o método usado, por isso, seria interessante que houvesse uma maior divulgação deste procedimento que é o seu diferencial e também de seu salão.

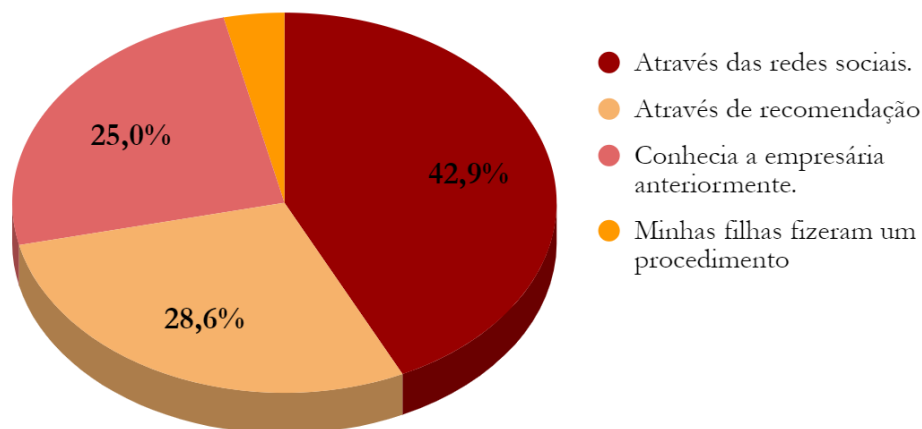
A página de pesquisa Google, divulgou em 2017 que as pesquisas sobre cabelos cacheados, afros e buscas por transição capilar cresceram em torno de 232% naquele ano. Hoje, com a pandemia, e o tempo que os salões tiveram que ficar fechados, a busca aumentou ainda mais, pois as mulheres e pessoas que usam produtos químicos tiveram o seu uso interrompido, desta forma viram que o natural importa e deve ser respeitado.

### **3.2.3 CLIENTES DA YANDRA**

Nesta pesquisa, analisamos os clientes da empresária Yandra Araujo, onde 40% deles, conheceram seu trabalho através das redes sociais, o que demonstra a importância da divulgação nesse meio de comunicação. Quase 30% dos entrevistados receberam uma recomendação do seu trabalho e por isso frequentam o local, e 25% já a conhecia anteriormente, com isso fica exposto a importância de nossa network, ou seja, nossa rede de contatos, e para mantê-la devemos sempre tratar as pessoas a nossa volta com respeito e educação.

Gráfico 14

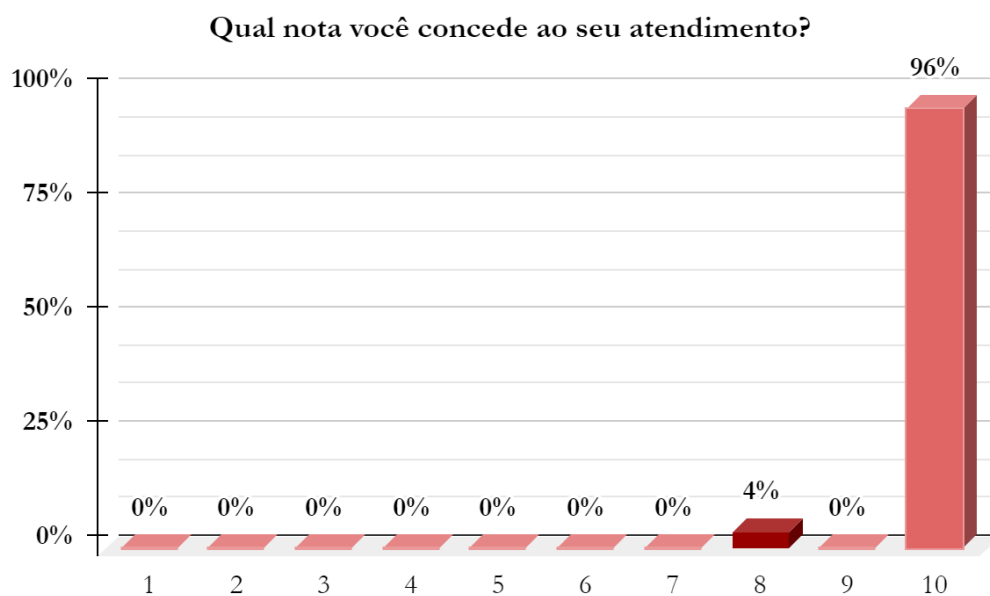
## Como você conheceu o trabalho da Yandra?



Fonte: Formulário

Diante do exposto, 96,4% dos clientes que responderam o questionário atribuíram nota máxima de satisfação ao atendimento prestado pela empresária Yandra.

Gráfico 15

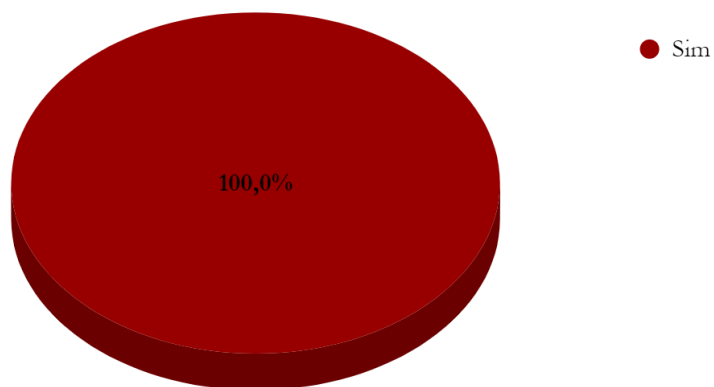


Fonte: Formulário

100% deste mesmo público, afirmou que indicaria o estabelecimento para familiares ou conhecidos, afirmando assim, que todos estão satisfeitos com seus serviços e método de atendimento.

Gráfico 16

Indicaria para algum familiar ou conhecido?

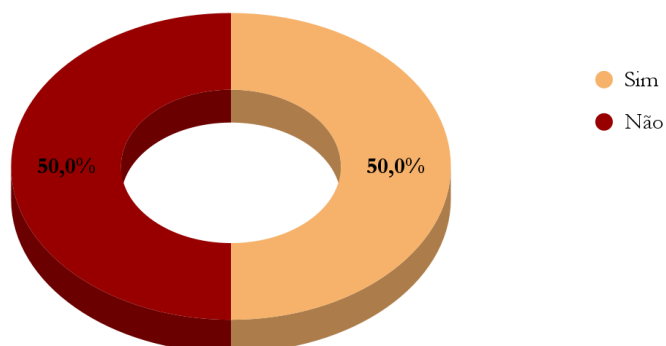


Fonte: Formulários

A empresária revende produtos para o cuidado com os cabelos afros e cacheados, dos seus clientes, apenas metade, já fizeram uma aquisição destes produtos.

Gráfico 17

Você já realizou a compra de algum dos produtos que ela revende?



Fonte: Formulários

Mediante ao questionário realizado, chegamos às seguintes conclusões, seu público está totalmente satisfeito com seu atendimento e trabalho realizado, a maioria a conheceu através das redes sociais, consequência essa de seu marketing digital, podemos notar também que apenas 50 % de seus clientes realizaram a compra dos produtos revendidos pela empresa, o que nos demonstra uma oportunidade eminente de crescimento. Das respostas que tivemos não houve reclamações, apenas elogios ao seu trabalho e algumas sugestões, como um pós atendimento, que ajudaria a criar um vínculo maior com suas clientes.

Estes são alguns dos comentários deixados pelos clientes que se dispuseram em responder este formulário.

- “Nada a relatar”
- “Somente elogios!”
- “Ótima profissional.”
- “Ela é muito pessoa realmente capaz, tem uma capacidade no trabalho dela, está de parabéns 🙌❤❤❤”
- “Não. Muito gentil e atenciosa!”
- “Não, pois é excelente o atendimento.”
- “Não. Tudo perfeito!!”
- “Perguntar sempre pro cliente depois de algum tempo ter passado por essas mãos maravilhosas, como está o cabelo, se está precisando de produto, tipo um pós venda.”
- “Eu nunca passei nas mãos dela, mas sei que o trabalho é impecável,e já recomendei ela pra várias amigas e família.”
- “Não ela é ótima tem o dom de ajuda”
- “Yandra, comercializa acessórios para cabelo afro.”
- “Estrutura.”
- “Me usar de modelo hahahaha”
- “Melhor profissional e ser humano que já conheci, é MARAVILHOSA DEMAIS AMOOOOO 😊❤❤❤❤❤”
- “Está ótimo. É uma bela profissional. Mas como sempre digo, o natural assusta e afasta clientes, então poderia ter mais divulgação de antes e depois com fotos. Bju”
- “Yandra já é maravilhosa! os serviços dela são excelentes!”
- “Se ela atendesse próximo a minha cidade 🥰🥰😊😊”
- “A localização.”
- “Abrir um salão em Espírito Santo do pinhal! Aqui não tem essa qualidade.”
- “Se esforçar, e dar seu melhor a cada dia.

### 3.2.4 CONCLUSÃO GERAL

Após todas as pesquisas de mercado realizadas e concluídas, percebemos que o mercado que a empresa faz parte tem uma projeção de crescimento, pois além de cuidar do externo, cuida do interno, proporcionando autoestima positiva naqueles que não enxergam o seu verdadeiro valor, e no caso da transição capilar, amor próprio, auxiliando a aceitação de algo que é único, como o próprio indivíduo.

Em específico no salão da Yandra, vimos a importância da empresária em se tornar mais notável, o seu diferencial em cuidar não somente do cabelo, mas de toda a parte que o compõe e todo trabalho psicológico envolvido com cada cliente, tornando-a única. Além de todo este diferencial apontado, temos também o foco em utilizar produtos de origem natural, sem químicas agressivas e seus clientes têm a oportunidade de levar para casa para dar sequência ao tratamento.

### 3.2.5 ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada na gestão que serve como auxílio para elaboração de um planejamento estratégico das empresas e seus novos projetos. A sigla SWOT deriva do inglês:

- ❖ Strengths: Forças
- ❖ Weaknesses: Fraquezas
- ❖ Opportunities: Oportunidades
- ❖ Threats: Ameaças

Ou seja, nesta análise será observada suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Aplicando a análise SWOT na empresa Yandra Araujo Afros & Cachos, destacamos que:

Sua força, é o diferencial, a prioridade em utilizar produtos naturais, de qualidade, com um preço acessível, despertando o amor próprio em pessoas que sofrem com dificuldade em aceitar o seu natural e estar em constante busca por conhecimentos e se qualificar cada vez mais.

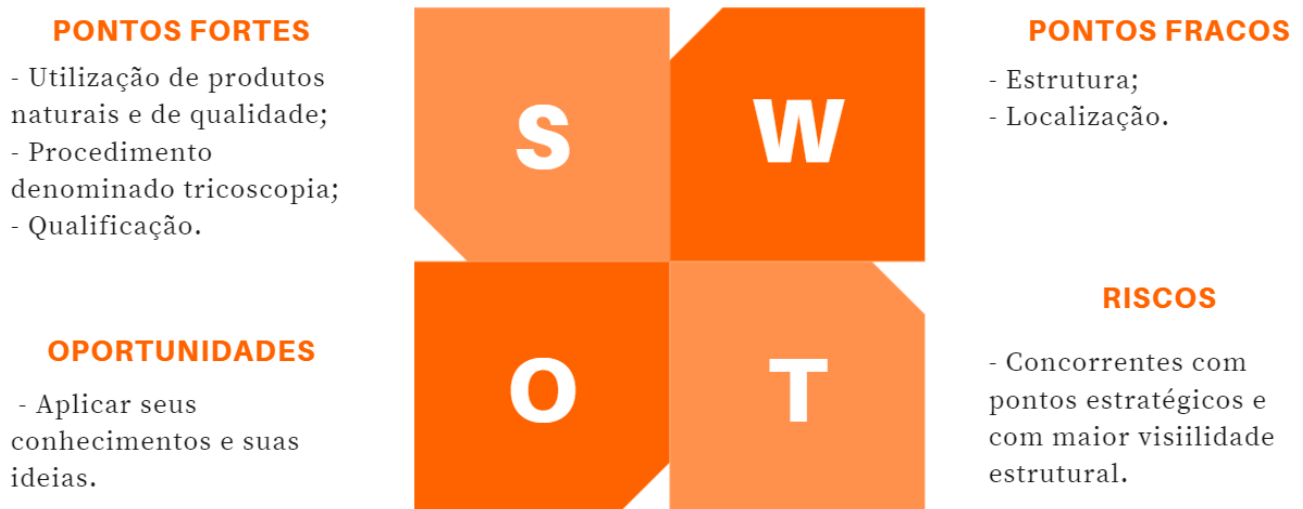
Já sua fraqueza, observada e comentada pela mesma, em um bate-papo, é sua estrutura, pois já que iniciou seus serviços em uma época instável, não pode investir na estrutura física

de seu empreendimento, desta forma não conseguindo ser notada por pessoas que estão fora das redes sociais.

Oportunidades: Yandra é uma empreendedora onde sempre busca conhecimento, fazer atendimento personalizado para cada cliente de forma única, sempre que surge uma oportunidade da mesma aplicar seus conhecimentos, suas ideias, ela está presente.

Procurando por alguma ameaça, não encontramos algo que possa ser tão grande, pois seus concorrentes não são de forma direta, já que não chegam nem perto do que ela oferece em serviços e nem em sua capacitação profissional. Porém, eles têm a vantagem de estarem em pontos estratégicos para conseguirem visibilidade estrutural.

Figura 1: Análise SWOT



Fonte: Canva

### 3.3 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

#### 3.3.1 ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL

Tabela 01: DRE

DRE - Demonstração de Resultado do Exercício								
	3º Trimestre	AV	2º Trimestre	AV	AH	1º Trimestre	AV	AH
(=) <b>Receitas Brutas</b>	<b>R\$ 1.987,00</b>		<b>R\$ 1.923,00</b>		<b>3%</b>	<b>R\$ 3.340,00</b>		<b>-42%</b>
(+) <b>Receitas com Vendas</b>	R\$ 1.987,00		R\$ 1.923,00		3%	R\$ 3.340,00		-42%
(-) <b>Deduções</b>	<b>-R\$ 201,00</b>		<b>-R\$ 201,00</b>		<b>0%</b>	<b>-R\$ 299,79</b>		<b>-33%</b>
(-) <b>Impostos sobre Vendas</b>	<b>-R\$ 201,00</b>		<b>-R\$ 201,00</b>		<b>0%</b>	<b>-R\$ 299,79</b>		<b>-33%</b>
(=) <b>Receitas Líquidas</b>	<b>R\$ 1.786,00</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 1.722,00</b>	<b>100%</b>	<b>4%</b>	<b>R\$ 3.040,21</b>	<b>100%</b>	<b>-43%</b>
(-) <b>CMV</b>	<b>-R\$ 2.583,10</b>	<b>-145%</b>	<b>-R\$ 2.442,24</b>	<b>-142%</b>	<b>6%</b>	<b>-R\$ 2.337,80</b>	<b>-77%</b>	<b>4%</b>
(=) <b>Lucro Bruto</b>	<b>-R\$ 797,10</b>	<b>-45%</b>	<b>-R\$ 720,24</b>	<b>-42%</b>	<b>11%</b>	<b>R\$ 702,41</b>	<b>23%</b>	<b>-202%</b>
(-) <b>Despesas Operacionais</b>	<b>-R\$ 894,15</b>	<b>-50%</b>	<b>-R\$ 783,30</b>	<b>-45%</b>	<b>14%</b>	<b>-R\$ 846,83</b>	<b>-28%</b>	<b>-8%</b>
(-) <b>Despesas operacionais</b>	<b>-R\$ 894,15</b>	<b>-50%</b>	<b>-R\$ 783,30</b>	<b>-45%</b>	<b>14%</b>	<b>-R\$ 846,83</b>	<b>-28%</b>	<b>-8%</b>
(=) <b>Lucro Líquido</b>	<b>-R\$ 1.691,25</b>	<b>-95%</b>	<b>-R\$ 1.503,54</b>	<b>-87%</b>	<b>12%</b>	<b>-R\$ 144,42</b>	<b>-5%</b>	<b>941%</b>

Fonte: Excel

A análise horizontal é voltada para a evolução ao longo do tempo, dos resultados da organização, através de um comparativo entre diferentes épocas da situação financeira, assim, é possível observar se ocorreu uma evolução positiva ou negativa. Já na análise vertical, ocorre uma avaliação de cada setor do empreendimento, para entender a relação entre uma conta base comparada com outra inferior e o seu total.

Fazendo a análise vertical da DRE da empresa da Yandra, vemos que o custo de mercadoria vendida (CMV) subiu nos três trimestres e seu lucro bruto diminuiu, conseqüentemente suas despesas aumentaram e seus prejuízos chegaram em quase 100%.

Concluimos que houve uma menor prestação de serviços e vendas de produtos, enquanto seu estoque aumentou consideravelmente, gerando assim prejuízo, pois não houve rotatividade de suas mercadorias.

E na análise horizontal, consta que seu lucro teve uma queda em 202%, obtendo números negativos, já que seus prejuízos chegaram aos 941 % comparando o seu segundo trimestre com o primeiro. Mas, fazendo a comparação do segundo com o terceiro trimestre, sua receita líquida manteve um valor aproximado de um período para outro, seu lucro bruto permaneceu negativo com uma diferença que chega a 11% negativo e o resultado do prejuízo foi maior em 12% comparado com o trimestre anterior.

### 3.3.2 PROJEÇÃO

Tabela 02: DRE com Projeção

<b>DRE - PROJEÇÃO</b>						
	<b>1º Trimestre</b>	<b>2º Trimestre</b>	<b>3º Trimestre</b>	<b>4º Trimestre</b>	<b>5º Trimestre</b>	<b>6º Trimestre</b>
				<b>65%</b>	<b>90%</b>	<b>70%</b>
<b>(=) Receitas Brutas</b>	<b>R\$ 3.340,00</b>	<b>R\$ 1.923,00</b>	<b>R\$ 1.987,00</b>	<b>R\$ 3.278,55</b>	<b>R\$ 6.229,25</b>	<b>R\$ 10.589,72</b>
(+) Receitas com Vendas	R\$ 3.340,00	R\$ 1.923,00	R\$ 1.987,00	R\$ 3.278,55	R\$ 6.229,25	R\$ 10.589,72
<b>(-) Deduções</b>	<b>-R\$ 299,79</b>	<b>-R\$ 201,00</b>	<b>-R\$ 201,00</b>	<b>-R\$ 201,00</b>	<b>-R\$ 201,00</b>	<b>-R\$ 201,00</b>
(-) Impostos sobre Vendas	-R\$ 299,79	-R\$ 201,00	-R\$ 201,00	-R\$ 201,00	-R\$ 201,00	-R\$ 201,00
<b>(=) Receitas Líquidas</b>	<b>R\$ 3.040,21</b>	<b>R\$ 1.722,00</b>	<b>R\$ 1.786,00</b>	<b>R\$ 3.077,55</b>	<b>R\$ 6.028,25</b>	<b>R\$ 10.388,72</b>
(-) CMV	-R\$ 2.337,80	-R\$ 2.442,24	-R\$ 2.583,10	-R\$ 2.583,10	-R\$ 2.841,41	-R\$ 3.040,30
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>R\$ 702,41</b>	<b>-R\$ 720,24</b>	<b>-R\$ 797,10</b>	<b>R\$ 494,45</b>	<b>R\$ 3.186,84</b>	<b>R\$ 7.348,42</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>-R\$ 846,83</b>	<b>-R\$ 783,30</b>	<b>-R\$ 894,15</b>	<b>-R\$ 491,78</b>	<b>-R\$ 540,95</b>	<b>-R\$ 530,13</b>
(-) Despesas operacionais	-R\$ 846,83	-R\$ 783,30	-R\$ 894,15	-R\$ 491,78	-R\$ 540,95	-R\$ 530,13
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>-R\$ 144,42</b>	<b>-R\$ 1.503,54</b>	<b>-R\$ 1.691,25</b>	<b>R\$ 2,67</b>	<b>R\$ 2.645,90</b>	<b>R\$ 6.818,30</b>

Fonte: Excel



Para realizar esta projeção utilizamos uma visão otimista, onde visamos o crescimento e o progresso do empreendimento. O mercado em que a Yandra se encontra está em constante crescimento, mesmo com a parada forçada pela pandemia, é algo que sempre há procura.

Ao pesquisar mais sobre o nicho da transição capilar, vimos que o crescimento da procura se deu porque muitas pessoas que realizavam procedimentos químicos em seus cabelos, tiveram que parar por conta da pandemia, onde conseguiram perceber a importância do seu natural.

Contudo, a análise otimista no primeiro trimestre se deu porque, os salões puderam por decreto voltar a atender de forma flexibilizada, houve uma maior divulgação de seus serviços, além dos procedimentos, abrangendo também a venda dos produtos para aquelas clientes que tenham interesse em continuar o tratamento em casa, pois a maioria que entrou em transição foi atrás de nossa empresária e de seus cosméticos. Utilizamos, portanto, uma porcentagem de 65% em seus lucros, ressaltando que este número apenas não foi maior, por conta dos prejuízos sofridos desde o início da pandemia, além da inflação que em julho chegou a 8,99%. Realizamos também uma diminuição em suas despesas, onde a taxa foi apenas de 45%, pois visamos uma economia de energia e de água, além de não adquirir novos materiais para a realização dos procedimentos, por consequência, do estoque já existente anteriormente, assim, seu custo de mercadoria vendida, foi mantido igualmente ao trimestre anterior.

Já no segundo trimestre, com a maior flexibilização, podendo ter eventos, como formaturas, casamentos, aniversários, estabelecimento em que tenha programação aos finais de semana, o aumento de pessoas procurando conhecimento sobre a transição capilar que iniciaram, e as festas de final de ano, como o natal e ano novo, gerou um aumento muito satisfatório. Por isso, que utilizamos uma taxa de crescimento em 90%, a inflação em queda também colaborou para obtermos o lucro desejado. Consequentemente, houve um crescimento em seu custo de mercadoria vendida (CMV) e em suas despesas, pois com tanta demanda, foi necessário a aquisição de novos produtos; além de precisar chamar sua funcionária intermitente por mais vezes.

No terceiro trimestre, com a chegada das férias de janeiro, formaturas pendentes e o carnaval, a empresa se manteve no cenário otimista, porque as clientes continuaram seu procedimento de transição, houve também a procura pelos serviços e produtos, mas não há tantas festas e eventos, como no segundo trimestre, mesmo com a chance de se ter o retorno do carnaval. Seus lucros e receitas não se mantiveram em 90%, mas chegam aos 70%, pelo constante interesse das pessoas em buscar e descobrir seu natural. Seu Custo de mercadoria vendida (CMV) teve um pequeno aumento em 7%, pois com a saída grande do final do

segundo trimestre, houve a necessidade de adquirir mais. Já em suas despesas, houve uma diminuição, pois não houve tanto consumo de suplementos para exercer sua atividade e também não precisou requisitar a sua funcionária.

### 3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

Tabela 03: DRE Projeção

DRE	PROJEÇÃO OTIMISTA			
	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>R\$ 1.786,00</b>	<b>R\$ 3.077,55</b>	<b>R\$ 6.028,25</b>	<b>R\$ 10.388,72</b>
CUSTO	-R\$ 2.583,10	<b>-R\$ 2.583,10</b>	<b>-R\$ 2.841,41</b>	<b>-R\$ 3.040,30</b>
<b>RESULTADO BRUTO</b>	<b>-R\$ 797,10</b>	<b>R\$ 494,45</b>	<b>R\$ 3.186,84</b>	<b>R\$ 7.348,42</b>
DESPEASAS	-R\$ 894,15	<b>-R\$ 491,78</b>	<b>-R\$ 540,95</b>	<b>-R\$ 530,13</b>
<b>LUCRO</b>	<b>-R\$ 1.691,25</b>	<b>R\$ 2,67</b>	<b>R\$ 2.645,90</b>	<b>R\$ 6.818,30</b>

Fonte: Excel

Tabela 04: Análise da empresa

ANÁLISE DA EMPRESA			
AUMENTOS	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre
RECEITA LÍQUIDA	65%	90%	70%
CUSTO	0%	10%	7%
DESPEASAS OPERAC	45%	10%	-2%

Fonte: Excel

Tabela 05: Valor Presente Líquido (VPL)

<b>VPL =</b>	<b>R\$ 2,55</b>	<b>R\$ 2.528,08</b>	<b>R\$ 6.514,68</b>
<b>TOTAL VPL:</b>	<b>R\$ 7.354,06</b>		

Fonte: Excel

$$\text{TOTAL VPL} = \text{R\$ } 2,55 + \text{R\$ } 2.528,08 + \text{R\$ } 6.514,68 - \text{R\$ } 1.691,25 = \text{R\$ } 7.354,06$$

O Valor Presente Líquido é uma ferramenta muito utilizada no mercado de investimento, para que a análise da possível viabilidade daquele projeto, o valor presente líquido, ou VPL, calcula o ganho real do investimento.

Para calcular o VPL, utiliza-se o valor do investimento inicial/valor futuro, o tempo da análise, a taxa que incide sobre aquele investimento e, por fim, a soma do investimento inicial com as análises do investimento. Através dele poderá chegar à conclusão se o investimento é viável ou não.

A Taxa Selic (sistema especial de liquidação e custódia) é a taxa básica de juros da economia brasileira, que serve como referência para todos os agentes financeiros que emprestam dinheiro para o mercado. Ela é usada como instrumento para controlar a inflação, é necessário adequá-la ao contexto vivenciado para garantir que a economia continue circulando.

É definida pelo Comitê de Política Monetária do BC (Copom) e sua última atualização foi em 4 de agosto de 2021, onde ela passou para 5,25% ao ano. Para realizarmos a conta do VPL utilizamos a Taxa Selic trimestral de 1,53%.

## **4 SUGESTÕES**

Para concluirmos nossa análise, oferecemos algumas sugestões que se fazem necessárias para que a projeção otimista se concretize.

Entre elas estão, a redução de estoque, buscando assim um menor custo de mercadoria vendida (CMV), conquistar uma visibilidade maior, aumentando assim seu faturamento bruto, usar softwares para ter um controle melhor de seus números e realizar a criação de pacotes promocionais junto a uma experiência diferenciada gerando um efeito positivo na sociedade.

### **4.1 SOFTWARES**

#### **4.1.1 TRINKS**

Fazer um marketing bem-sucedido que resulte em uma agenda cheia é tudo o que as empresas precisam, porém isso demanda tempo e gastos.

Pensando em facilitar a necessidade da empreendedora, encontramos um sistema chamado “TRINKS”, considerado o maior sistema de gestão para salão de beleza do Brasil,

que oferece agendamento online pelo aplicativo ou computador, além de um programa de fidelidade completa, onde o seu estabelecimento será encontrado pelo google e pelo site ou aplicativo de buscas do próprio sistema.

Esta sugestão tem como objetivo ajudar a evitar esquecimentos tanto da Yandra como de seus clientes, oferecendo um serviço que permite enviar notificações com lembrete do agendamento, além de criar suas próprias campanhas de marketing, podendo ainda enviar pesquisas de satisfação e solicitar avaliações sobre o seu salão.

É disponibilizado para a empreendedora um sistema de gestão realmente completo online, sendo possível acessar o seu controle de estoque com produtos e serviços, comissão de profissionais e parceiros, abertura e lançamento de comanda, controle de caixa e gestão financeira, e emissão de nota fiscal.

O trinks é um sistema pago, que pela sua funcionalidade tem um preço acessível de pacotes, tanto mensais, semestrais e anuais.

Figura 02: Demonstração do software Trinks



Fonte: Software Trinks

#### 4.1.2 GENDO

O sistema de gestão denominado Gendo, foi desenvolvido para auxiliar os profissionais de estética a obterem os melhores resultados nos negócios, ele é um parceiro oficial do Reserve com o Google, com isso, é possível que qualquer pessoa encontre e agende um horário em seu empreendimento.

Este software possui a função de gestão simplificada, com ela é possível a fidelização de um maior número de clientes, entre seus principais pontos estão: as informações de seus clientes; a ficha de anamnese; o envio de SMS para os aniversariantes do dia; a possibilidade de anexar uma foto do antes e do depois de cada cliente; o relatório de clientes com dívidas e procedimentos já realizados; pesquisa de satisfação e muito mais.

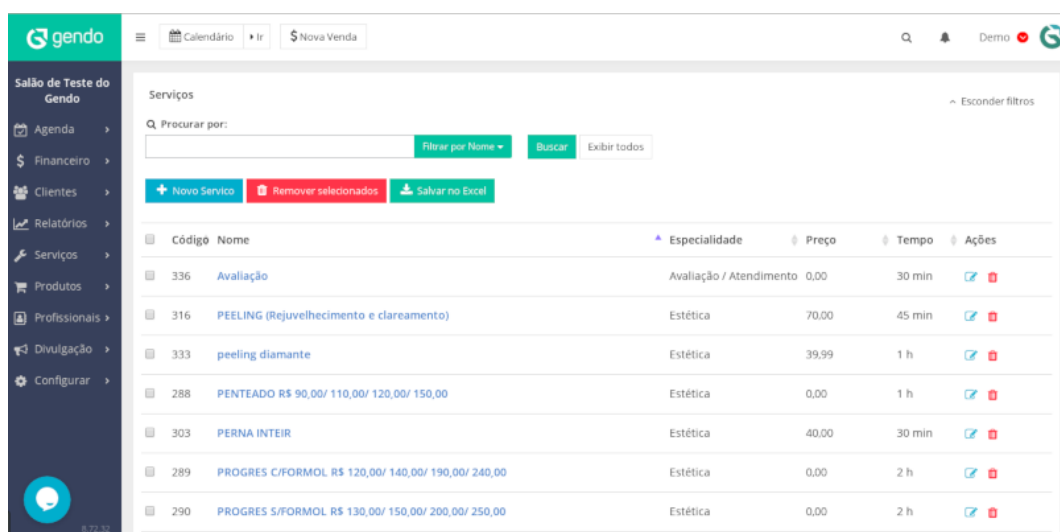
Com este sistema, a empreendedora terá acesso a uma agenda online personalizada, com seus horários e dias de atendimento. Suas clientes irão receber via Whatsapp um lembrete de seu agendamento e envio de promoções e pacotes promocionais.

Com o Gendo é possível analisar informações importantes para acompanhar o crescimento do seu negócio, nele poderá encontrar: Abertura e fechamento de caixa; leitor de código de barras; previsão de faturamento; controle de estoque e produtos.

É possível obter controle financeiro, através do extrato financeiro, uma visão completa de todas as receitas, despesas, descontos, saldo do período. Com visualização por períodos, comandas, vencimentos, funcionários, descrição, categoria, valor, pagamento, ações.

Optamos por possibilitar este sistema, por conta de seu plano gratuito para que a empreendedora possa se adaptar com este modelo de gestão, apesar de o mesmo possuir funcionalidades reduzidas, é uma ótima opção para teste. É possível adquirir um plano Gendo mais completo, porém para isso é necessário contratá-lo.

Figura 03: Demonstração do Software Gendo



Código	Nome	Especialidade	Preço	Tempo	Ações
336	Avaliação	Avaliação / Atendimento	0,00	30 min	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
316	PEELING (Rejuvenescimento e clareamento)	Estética	70,00	45 min	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
333	peeling diamante	Estética	39,99	1 h	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
288	PENTEADO R\$ 90,00/ 110,00/ 120,00/ 150,00	Estética	0,00	1 h	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
303	PERNA INTEIR	Estética	40,00	30 min	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
289	PROGRES C/FORMOL R\$ 120,00/ 140,00/ 190,00/ 240,00	Estética	0,00	2 h	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>
290	PROGRES S/FORMOL R\$ 130,00/ 150,00/ 200,00/ 250,00	Estética	0,00	2 h	<a href="#">✎</a> <a href="#">✖</a>

Fonte: Software Gendo

## **4.2 VISIBILIDADE**

Ao elaborarmos este projeto, com as conversas que tivemos com a empresária e somando com as pesquisas realizadas, percebemos que o que falta mesmo para melhorar na captação de clientes é a visibilidade diante do mercado, pois mesmo que não haja concorrência direta, os seus concorrentes tem este ponto que os destacam, ponto comercial visível, placas de identificação, redes sociais atualizadas, etc.

Para se tornar mais visível a sugestão é que seja postado em suas redes sociais os seus serviços, como os produtos que ela revende, dar ênfase aos seus diferenciais que são os produtos naturais, detalhes sobre os procedimentos realizados, os pacotes promocionais ou pacotes de serviços, a forma de pagamento que é aceita, ou seja, trabalhar mais com a rede social, com ênfase em sua prestação de serviço.

Além desses pontos à serem observados temos que abordar sobre sua identificação visual física também, pois como a empreendedora comentou, quando algum cliente novo vai até o salão a mesma coloca um objeto no portão para que a pessoa saiba a localização do salão, para solucionar este ponto, pensamos em uma simples placa ou banner com o logo da empresa.

## **4.3 PACOTES PROMOCIONAIS**

Os pacotes promocionais são uma forma de aumentar a clientela, fidelizar os já existentes e também aumentar o uso dos produtos que estão parados, pois com mais atendimentos, maior será a quantidade de produto usado, além de tornar as marcas usadas mais conhecidas, podendo surgir um aumento nas vendas dos produtos.

Esses pacotes podem ser montados de várias formas, tanto com produtos já supracitados, quanto com seus serviços. Como por exemplo, em datas comemorativas, pois desta forma além das próprias pessoas comprarem para usarem em suas casas, também terá uma opção para quem deseja ter os cuidados no salão, e podem presentear alguém importante na data trazendo novos clientes. Outra opção interessante é, faça um procedimento e ganhe outro, como: ao realizar uma hidratação, ganhe um corte; ou na compra de um produto ganhe desconto em algum procedimento.

#### **4.4 EXPERIÊNCIAS DIFERENCIADAS**

Clientes estão buscando cada vez mais experiências diferenciadas, pois com a velocidade da informação vindo em uma ascensão constante, vão atrás de novas experiências compartilhadas em redes sociais e em ferramentas de buscas como Google e Youtube, um exemplo claro que podemos trazer para a realidade da empresária, é o dia da noiva, que tem como objetivo principal garantir que ela tenha toda a atenção e cuidados necessários em um único lugar, saindo deste local o mais bela possível para seu momento tão sonhado, aniversariantes também são interessantes, e tem o mesmo princípio, tornar aquele dia único e especial. E uma ideia mais direta para a Yandra, é oferecer um acompanhamento completo para aqueles que desejam iniciar a transição, mas tem receio, porque muitos começam, mas acabam desistindo.

Todas essas experiências exigem uma preparação e personalização do local para que o público-alvo se interesse e escolha seu salão.

#### **4.5 MELHORAR ROTATIVIDADE DO ESTOQUE**

A rotatividade do estoque é responsável pela avaliação e demonstração da saúde financeira da empresa, é um departamento muito importante que deve ser trabalhado de forma estratégica juntamente com as outras áreas de gestão.

Acompanhar o giro de estoque também auxilia a administração das mercadorias da empresa conforme a frequência das vendas. Também favorece uma gestão mais eficaz, com foco na redução dos custos e no aumento do lucro.

Para se ter este controle é preciso observar o nível/volume dos produtos dentro do estoque para tomar as decisões adequadas para fazê-los girar, afinal, estoque parado é dinheiro perdido. Não tenha medo de reduzir preços e realizar promoções se for necessário, desde que bem analisadas.

#### **4.6 EFEITO POSITIVO NA SOCIEDADE**

Diante do cenário o qual estamos vivendo, podemos perceber que as pessoas se importam cada vez mais com projetos sociais e de efeitos positivos para a sociedade.

Para que o salão tenha maior visibilidade neste quesito sugerimos atos simples, mas que podem trazer grande diferencial, como por exemplo, proporcionar cortes de cabelos gratuitos para aqueles que sejam para doação, ou até mesmo um brinde para os clientes que realizarem este gesto; é possível também criar rodas de conversas sobre mitos e verdades da transição e os cuidados com o cabelo, dicas de produtos, penteados e outros; realizar lives para essas dicas, pode ser algo que ajude a captar novos clientes através das redes sociais e também que trará uma boa notoriedade para a empresa.



## 5 RESULTADOS

Diante do exposto anteriormente no projeto e considerando a aplicação das sugestões mencionadas, almejamos que a empresária Yandra Araujo conquiste novos clientes, fidelize os já existentes e mantenha uma saúde financeira estável.

De acordo com a análise desenvolvida sobre sua demonstração do resultado do exercício, chegamos a conclusão de que sua estabilidade financeira se encontra abalada devido a pandemia do Covid-19, entretanto sua projeção se encontra otimista, por conta da flexibilidade do decreto de realizar atendimentos novamente, além das festas de final de ano que estão se aproximando. Com isso, esperamos que a empreendedora possa se reestruturar e alcançar números positivos nos próximos trimestres.

Conforme supracitado, apesar da empresária ser ativa em suas redes sociais, percebemos que lhe falta divulgação de seus serviços e produtos, portanto se aliar ao marketing digital, é algo que lhe fará captar novos clientes e conquistar reconhecimento diante do mercado em que atua. Aperfeiçoando portanto, sua presença digital e assim obtendo maior visibilidade; irá se destacar perante a seus concorrentes através de seu diferencial: atendimento personalizado, produtos naturais e procedimento denominado tricoscopia; além de não possuir gastos com publicidade convencional.

Um de seus maiores problemas está relacionado com seu estoque de mercadoria, que se encontra em excesso, portanto ao buscarmos informações sobre isto, encontramos dois sistemas que poderá lhe ajudar, o Trinks e o Gendo, duas plataformas que poderão auxiliar a empresária em seu controle de estoque, com isso, ela poderá analisar de forma facilitada a necessidade de aquisição de novos produtos; os que não possuem giro, para poder realizar uma ação promocional para que o mesmo não fique obsoleto em seu estoque; e ao optar por algum destes softwares, poderá otimizar seu tempo.

Em virtude dos fatos mencionados, ela irá se destacar no âmbito da beleza como uma empresa organizada, estratégica e responsável, que acarretará um impulso em suas vendas e serviços prestados, assim, encaminhando-a a uma perspectiva de um futuro próspero.

## 6 CONCLUSÃO

Tendo em vista os aspectos observados e levando em consideração as dificuldades enfrentadas perante a pandemia do Covi-19, onde o salão de beleza Afros e Cachos, necessitou se manter fechado por um período, fica evidente que dificuldades serão enfrentadas durante o processo de reestruturação da empresa.

Ao observarmos a situação da empresa, percebemos uma deficiência em sua saúde financeira, na qual a maior dificuldade enfrentada ao elaborar este projeto foi a previsão de encontrar novos cenários para a empresa. Mediante a estes fatos, sabemos que levará algum tempo para que a empresária possa se restabelecer financeiramente, mas isto, será possível com um bom planejamento.

Diante da globalização constante em que o mundo se encontra, a comunicação se encontra cada vez mais acessível a todos, portanto, a internet se encontra como uma das principais fontes de informação e comunicação. Utilizar deste meio atualmente significa, abranger um número maior de pessoas que visualizam seu marketing, com isso, o empreendimento terá um impacto positivo e um elo com o cliente será criado.

Apesar das objeções encontradas no desenvolvimento deste projeto de consultoria, voltado a fundamentos empresariais, sabemos que a empreendedora poderá colocar em prática nossas sugestões e se destacar através de seus diferenciais já existentes. Para que assim, ela possa se desenvolver e obter sucesso em seu negócio, neste momento árduo que todos estamos vivendo atualmente.

## 7 REFERÊNCIA

DONNA BELEZA. Disponível em:

<<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/beleza/noticia/2017/08/cachos-livres-google-revela-cr escimento-de-232-na-busca-por-cabelos-cacheados-cjpk6wvjm002mc2cnaq9d6izl.html>>

acesso: em 08 out 2021.

GLOBO. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2021/04/08/mulheres-fazem-transicao-capilar-na-pandemia-se-libertam-de-padrao-e-assumem-cachos-nao-me-reconhecia-mais.ghtml>>

acesso: em 08 out 2021.

GENDO. Disponível em:

<<https://gendo.com.br/planos.html>> acesso em: 07 out 2021.

SEBRAE. Disponível em:

<<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/salao-de-beleza-inovar/>> acesso em: 08 out 2021.

TREASY. Disponível em:

<<https://www.treasy.com.br/blog/analise-horizontal-e-analise-vertical/>> acesso em: 27 out 2021.

ROCK CONTENT. Disponível em:

<<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>> acesso em: 27 out 2021.

TRINKS. Disponível em:

<[https://materiais.trinks.com/oferta-exclusiva-para-voce?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=marktech\\_search\\_brand\\_institucional\\_is&utm\\_content=trinks\\_geral&utm\\_term=trinks\\_geral&gclid=Cj0KCOjwLOmLBhCHARIsAGiJg7n18-zY6V8ybuwCuLONAKf8maweQZ9wEylTErxobgt0CqHbJkfwkA8aAqjUEALw\\_wcB](https://materiais.trinks.com/oferta-exclusiva-para-voce?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=marktech_search_brand_institucional_is&utm_content=trinks_geral&utm_term=trinks_geral&gclid=Cj0KCOjwLOmLBhCHARIsAGiJg7n18-zY6V8ybuwCuLONAKf8maweQZ9wEylTErxobgt0CqHbJkfwkA8aAqjUEALw_wcB)> acesso em: 07 out 2021