



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE PRAIA GRANDE – ETEC PG  
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

**ABERTURA DE EMPRESA NO SETOR DE MATERIAIS ARTÍSTICOS EM PRAIA  
GRANDE**

**CESAR HENRIQUE RIQUETTO DIAS  
EMANUELLE ANTONIA LUCHETTI RODRIGUES DE JESUS  
MAURICIO NOBRE LUNARDI  
TAMIRES OLIVEIRA SANTOS  
YSADORA MENDES BOSCHIN**

**PRAIA GRANDE  
DEZEMBRO/2021**

**CESAR HENRIQUE RIQUETTO DIAS**  
**EMANUELLE ANTONIA LUCHETTI RODRIGUES DE JESUS**  
**MAURICIO NOBRE LUNARDI**  
**TAMIRES OLIVEIRA SANTOS**  
**YSADORA MENDES BOSCHIN**

**ABERTURA DE EMPRESA NO SETOR DE MATERIAIS ARTÍSTICOS EM PRAIA  
GRANDE**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Escola Técnica  
Estadual de Praia Grande –  
ETEC PG, sobre Orientadores:  
Leonardo Sitibaldi de Moraes e  
Lucian Santos de Oliveira  
Leandro.

**PRAIA GRANDE**  
**DEZEMBRO/2021**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos esse trabalho aos nossos familiares que, com carinho e compreensão, nos apoiaram em cada momento dessa trajetória.

Dedicamos também ao Capitão, Lilly, Luna, Meg, Zeus e Nina que evitaram que nossa sanidade se esvaísse.

## **AGRADECIMENTOS**

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de diversas pessoas, dentre as quais agradecemos:

Aos nossos professores orientadores Lucian Santos e Leonardo Sitibaldi que nos acompanharam, dando o auxílio necessário para a elaboração do projeto e que através de seus ensinamentos permitiram que pudéssemos estar concluindo esse trabalho.

Àqueles que participaram das pesquisas, pela colaboração de todo o processo de obtenção de dados.

Agradecimento especial aos nossos pais e animais de estimação, que nos incentivaram a cada momento e não permitiram que desistíssemos.

Aos nosso colegas, amigos e companheiros que estiveram presentes e nunca nos abandonaram mesmo estando tão ausentes e ocupados, agradecemos todo o apoio, carinho e compreensão presente nessas relações.

## **EPÍGRAFE**

*Nossas vidas começam a terminar no dia em que nos calamos sobre as coisas que importam.*

(Martin Luther King Jr.)

## RESUMO

No mercado atual, o empreendimento vem conquistando um espaço de destaque, assim como os pequenos negócios, e chama atenção de muitos indivíduos que buscam uma nova fonte financeira ou uma renda extra. Dessa forma, o presente trabalho tem o objetivo de estruturar uma empresa com as características empreendedoras e com um foco principal na ferramenta conhecida como Plano de Negócios. Foram utilizadas pesquisas que sintetizam de forma simples as definições de tópicos importantes para a abertura de uma empresa, a metodologia adotada foi baseada em pesquisas bibliográficas feitas tanto em livros quanto em sites referentes aos assuntos de Administração, Empreendedorismo, Gestão de Pequenos Negócios e Abertura de Empresas. Neste artigo é abordado em detalhes suas relações, mostrando em relevância a estruturação da empresa Arte Sorte, criada como figuração para analisar o funcionamento inicial de um empreendimento, onde serão encontrados tópicos como tributação, razão social, logo, missão, visão, valores etc. Além de contar com o auxílio de uma pesquisa de campo realizada com o intuito de tornar o trabalho mais consistente, que apresentou resultados como a falta de empresas voltadas a venda específica de materiais artísticos com grande variedade na região de Praia Grande. Por fim, o estudo realizado possibilita o entendimento sobre cada parte envolvida para a abertura de uma empresa, tendo enfoque em um mercado pouco explorado. Para tal, houve a aplicação das mais diferentes ferramentas administrativas.

**Palavras-chave:** Empreendimento; Estruturação; Materiais artísticos; Pequenos negócios.

## ABSTRACT

In the current market, the venture has been gaining a prominent space, as well as small businesses, and draws the attention of many individuals who seek a new financial source or an extra income. Thus, the present work aims to structure a company with entrepreneurial characteristics and with a focus on the tool known as Business Plan. We used research that summarizes in a simple way the definitions of important topics for the opening of a company, the methodology adopted was based on bibliographic research made both in books and on websites related to the subjects of Administration, Entrepreneurship, Small Business Management and Business Opening. In this article is discussed in detail its relationships, showing in relevance the structuring of the company *Arte Sorte*, created as a figuration to analyze the initial functioning of an enterprise, where topics such as taxation, corporate name, logo, mission, vision, values etc. will be found. In addition to having the help of a field research carried out to make the work more consistent, which presented results such as the lack of companies focused on the specific sale of artistic materials with great variety in the region of Praia Grande. Finally, the study allows the understanding of each party involved for the opening of a company, focusing on a market that is little explored. To this end, the most different administrative tools were used.

Keywords: Enterprise; Structuring; Artistic materials; Small business.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Bairro de moradia	30
<b>Gráfico 2</b> - Idade	31
<b>Gráfico 3</b> - Interesse	31
<b>Gráfico 4</b> - Especificação	32
<b>Gráfico 5</b> - Conhecimento	33
<b>Gráfico 6</b> - Visitação	33



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Logo e slogan da empresa Arte Sorte .....	28
<b>Figura 2</b> - O que é e como fazer um plano de negócios .....	35
<b>Figura 3</b> - Plano de negócios da empresa Arte Sorte .....	35

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1. JUSTIFICATIVA .....	13
1.2. OBJETIVOS .....	13
1.2.1. Objetivo geral.....	13
1.2.2. Objetivo específico .....	13
1.3. PROBLEMATIZAÇÃO.....	13
1.4. HIPÓTESE .....	14
2. EMPREENDEDORISMO .....	15
2.1. PERFIL DE UM EMPREENDEDOR.....	16
2.2. VANTAGENS E DESVANTAGENS .....	16
2.2.1. Vantagens .....	17
2.2.2. Desvantagens.....	17
2.3. EMPREENDEDORISMO NO RAMO DE ARTIGOS ARTÍSTICOS.....	18
2.4. EMPREENDEDORISMO E ADMINISTRAÇÃO .....	18
2.5. EMPREENDEDORISMO NA GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS .....	19
3. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS .....	20
3.1. VANTAGEM E DESVANTAGEM .....	20
3.2. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS NO RAMO DE ARTIGOS ARTÍSTICOS .....	20
3.3. CONCEITO DE GESTÃO SEGUNDO .....	21
3.4. GESTÃO DE NEGÓCIOS E ADMINISTRAÇÃO .....	22
3.5. PEQUENOS NEGÓCIOS.....	23
3.6. LOGÍSTICA .....	23
4. EMPRESA ARTE SORTE – MATERIAIS ARTÍSTICOS.....	25
4.1. TIPOS DE EMPRESA E TRIBUTAÇÃO.....	25
4.1.1. Sociedade limitada .....	25
4.1.2. Simples nacional.....	25
4.2. NOME FANTASIA, LOGO E SLOGAN .....	26
4.2.1. Logo.....	26
4.2.2. Slogan .....	27
4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES .....	28
4.3.1. Missão da empresa .....	29

4.3.2. Visão da empresa.....	29
4.3.3. Valores da empresa.....	29
4.4. PESQUISA DE CAMPO.....	30
4.4.1. Gráficos .....	30
4.5. PLANO DE NEGÓCIOS.....	34
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	37
APÊNDICE .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
ANEXO.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo, a abertura de uma empresa focada no ramo de vendas de materiais artísticos. Mostrando desde o início o processo de abertura e organização de uma empresa, assim auxiliando novos empresários ou pessoas com o interesse em aprender mais sobre essa área.

Segundo Fischer (1987, p.20), “A arte é quase tão antiga quanto o homem.”, sendo que este meio de expressão é muito simbólica para qualquer sociedade, cada uma com seu tipo específico. Porém, com a chegada das tecnologias avançadas fizeram com que as pessoas se afastassem cada vez mais da arte prática, entretanto também aproximou muitas pessoas de novas formas de consumo , já que foi dado o fácil acesso a qualquer tipo de conteúdo, como a vinda do streaming que facilitou muito o acesso à filmes e séries.

O mesmo acontece com livros, que obtiveram um sucessor que vão além das páginas. Hoje em dia se pode comprar qualquer livro em formato digital ou em formato audiobook, podendo lê-lo/ouvi-lo em qualquer local apenas com um smartphone.

A abertura dessa empresa visa levar todo tipo de materiais artísticos para toda e qualquer pessoa e lugar. A empresa se situará na cidade Praia Grande, para se ter uma noção do público-alvo, foi realizada uma pesquisa de campo com o objetivo de localizar e descobrir os principais perfis do público e onde se encontram. Os resultados apresentados foram satisfatórios, contando com exatamente 100 respostas que auxiliaram na conclusão desenvolvida e realizada em um capítulo específico deste trabalho.

Com a pesquisa foi obtida uma maior certeza do que seria abordado no tema, já que 70% dos participantes não conheciam lojas focadas apenas em materiais de arte, porém se conhecessem alguma, teriam interesse em visitá-la.

Com essas conclusões, a ideia de abrir uma empresa foi se tornando mais consistente e possível de ser realizado, e assim esse trabalho de conclusão de curso busca materializar uma simulação de abertura real de uma loja, e buscar ajudar pessoas com dúvidas nesse ramo.

## **1.1. JUSTIFICATIVA**

Ao analisar o cenário mercadológico de materiais artísticos em Praia Grande, nota-se que há poucos estabelecimentos disponíveis para a compra destes produtos, por isso, o trabalho considera de suma importância a implementação de uma empresa com esse nicho.

Assim também é possível aplicar diversas das ferramentas de administração aprendidas durante a trajetória do curso.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo geral**

Abertura de uma empresa em Praia Grande.

### **1.2.2. Objetivo específico**

O tema tem intuito de abrir uma empresa voltada para materiais artísticos para aqueles que têm vontade de iniciar no mundo das artes ou já têm uma afinidade com o ramo, na cidade de Praia Grande. É pretendido que sejam realizadas pesquisas de campo, estudos de público-alvo, plano de negócios, análise SWOT, Canvas, 5W2H, estratégia do oceano azul, briefing, ciclo PDCA, entre outras ferramentas. Além da pretensão de utilizar redes sociais do grupo como meio de divulgação do trabalho e interação com o público.

## **1.3. PROBLEMATIZAÇÃO**

A problemática em questão seria a falta de estabelecimentos que vendem produtos artísticos e a dificuldade de encontrar tais ferramentas de gestão e informação, especificamente, em Praia Grande.

#### **1.4. HIPÓTESE**

Uma possível solução que se tem para essa problemática seria abrir uma empresa voltada para esse assunto, assim é premeditado que possa ser aplicado uma regularização, estudos de público-alvo, gestão de logística e marketing, uma admissível adaptação para o momento de pandemia etc.

## 2. EMPREENDEDORISMO

É considerado um meio de trabalho onde a pessoa tem um desenvolvimento amplo, já que o empreendedor trabalha com a realização de projetos por meio de uma visão proativa e inovadora.

Segundo o site do Sebrae, aquele com características de um empreendedor são os que iniciam algo novo, que vêem o que ninguém mais vê, ou seja, que realizam antes; saem da zona de apenas imaginar e sonhar e realmente partem para a ação.

O conceito de empreendedorismo mais popular foi feito pelo economista Joseph Schumpeter, por volta de 1945 e 1950.

O empreendedorismo no Brasil só tomou força 40 anos após o seu surgimento, especificamente na década de 1990, por causa da abertura econômica promovida pelo governo de Fernando Collor.

Em busca de um maior desenvolvimento, evitando que a empresa se desestabilizasse, estas recorreram pelos conceitos e os métodos do empreendedorismo. Assim, o papel da globalização cada vez mais crescente, fez com que o mercado se tornasse cada vez mais competitivo.

Existem duas principais teorias que discutem sobre o empreendedorismo e os seus efeitos, sendo estas a teoria econômica e a teoria comportamentalista. Na teoria econômica é procurado entender o empreendedorismo e o seu impacto na economia. Acredita-se que o empreendedorismo, nessa abordagem, esteja ligado com o desenvolvimento econômico, que é baseado na inovação. Por assim dizendo, o empreendedor teria a essência da percepção e do aproveitamento de oportunidades para criar e desenvolver novos negócios.

Já na teoria comportamentalista é levado em consideração o fator dos atributos psicológicos do empreendedor, sendo assim a vontade de empreender estaria vinculada ao desejo de realização e obtenção de sucesso próprio. Mesmo atribuindo outro sentido, essa teoria também define que o empreendedor é capaz de criar negócios e agregar valor a estes, tendo a dedicação de inovar, tanto em algo novo quanto algo já existente.

Segundo Fernando Dolabela, no site hoje em dia:

Empreendedor é alguém que transforma, inovando e oferecendo coisas boas para a coletividade. Esse conceito é rico, porque você pode transformar gerando valor negativo e pode transformar em proveito próprio. Essa é uma

ótica de definição. A ótica de que eu mais gosto é a que define o empreendedor como alguém que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade. O que significa isso? Alguém que concebe o futuro e gera caminhos, formas, metodologias para criá-lo. Na verdade, no empreendedorismo, o que importa é o processo e não a chegada. (DOLABELA, Fernando. 2014.)

## **2.1. PERFIL DE UM EMPREENDEDOR**

Um empreendedor apresenta características que são vitalícias na hora de fazer seu empreendimento dar certo e se desenvolver, passando por cada etapa e obstáculo que surgir.

Mesmo que cada pessoa tenha suas próprias características, pode-se citar algumas que são quase obrigatórias na hora de se tornar um empreendedor, segundo o site Endeavor esses são alguns dos atributos que têm de estar presente:

- Autoconfiança – a pessoa que começa com uma ideia inovadora deve confiar e acreditar em si mesma, em seus talentos e opiniões;
- Resiliência e perseverança – Não desistir facilmente é uma característica muito importante, permite que o empreendedor supere desafios e siga até o êxito de sua atividade.

Além desses, se pode citar:

- Iniciativa, autonomia e necessidade de realização;
- Capacidade de descobrir novas oportunidades;
- Ser racional e entender que falhas é um resultado como qualquer outro.

## **2.2. VANTAGENS E DESVANTAGENS**

Mesmo com muita dedicação e desempenho, abrir uma empresa não é tão simples. Por isso, serão apresentados as vantagens e desvantagens de se tornar um empreendedor.



### **2.2.1. Vantagens**

A pessoa que decide se tornar empreendedora tem a vantagem de ter autonomia, ou seja, possui mais liberdade na hora de trabalhar, podendo realizar aquilo o que realmente gosta, já que este é um dos fatores que impulsiona o indivíduo a ter mais foco no momento da realização. Pois, de forma geral, quando se trabalha com aquilo que realmente gosta, é mais fácil de se manter motivado, já que o empreendedor tem o desejo de ver seus planos se concretizarem (FERREIRA, 2016).

Uma das vantagens de trabalhar como empreendedor e ser um autônomo, é a possibilidade de horários flexíveis, é comum que o trabalho se torne mais eficiente e produtivo do que em comparação com um ambiente de uma empresa por exemplo, assim, a pessoa pode definir qual sua carga de trabalho e os horários, em que ela, por exemplo, se sente mais produtiva (FERREIRA, 2016).

Outra boa vantagem, é o fato de que seu rendimento lucrativo não será fixo ou pré-definido como um salário, mas como se trata de um negócio pessoal o empreendedor possui a chance de receber uma soma consideravelmente boa de dinheiro, dependendo de sua dedicação, foco e do esforço empregado no trabalho (FERREIRA, 2016).

### **2.2.2. Desvantagens**

As duas principais desvantagens seriam o investimento inicial e o risco. O investimento é considerado o primeiro passo para conseguir abrir de fato seu primeiro negócio, no caso ele se torna uma desvantagem quando não é bem calculado ou organizado, o que torna o processo mais complicado para o empreendedor. Além disso, quando se inicia um novo empreendimento nunca se tem a plena certeza que ele vai dar certo, mesmo assim, é importante manter uma preparação para possíveis imprevistos, evitando então o fim de um novo negócio (FERREIRA, 2016).

Mesmo que a autonomia e os horários flexíveis sejam em sua maioria uma vantagem, é imprescindível manter uma rotina quando o assunto é um empreendimento, pois o empreendedor estará trabalhando por conta própria, ninguém para o alertar de algumas situações e administrar seus horários. Sendo assim, a realização de tarefas mais complicadas será mais desafiadora (FERREIRA, 2016).

Outra desvantagem que se aplica à situação no Brasil, seria a burocracia na hora de regularizar seu empreendimento, dependendo do setor a dificuldade pode se apresentar ainda mais em evidência, além de ser preciso esperar até que tudo esteja devidamente autorizado para que o negócio possa funcionar (FERREIRA, 2016).

### **2.3. EMPREENDEDORISMO NO RAMO DE ARTIGOS ARTÍSTICOS**

Temos visto que as pessoas necessitam de uma renda extra para suprir suas necessidades e alcançarem sua liberdade financeira.

Acreditando que empreender é inovar, durante o período de quarentena, pessoas se dedicaram a atividades que provavelmente não iriam pensar se estivessem em sua rotina típica, buscando assim, uma renda extra. Empreender no ramo de artigos artístico é uma das principais maneiras de se investir pouco e gerar um lucro satisfatório, um exemplo que pode ser mencionado é na produção de produtos Geek, essa cultura vem crescendo cada vez mais ao passar dos anos. Segundo o site da Jandaia, todo mundo é um pouco Geek, existem vários tipos de Geeks e, normalmente, são pessoas que são fãs de algo (JANDAIA, 2019).

Produzir quadros, bonecos, itens decorativos e cosplays através de materiais encontrados em lojas de artigos artísticos é uma boa forma de empreender, tendo em vista que, quem é realmente fã de um filme por exemplo, vai querer ter um boneco, quadro ou até mesmo se fantasiar de seu personagem favorito, isso com certeza se encaixa para quem é fã de algum desenho, jogo, anime etc. Pois quem gosta quer ter algum item que mostre a sua paixão sobre (JANDAIA, 2019).

### **2.4. EMPREENDEDORISMO E ADMINISTRAÇÃO**

Apesar de serem áreas distintas, a administração e o empreendedorismo devem estar alinhados para a melhor gestão do negócio. Os estudos de Peter Drucker e Hashimoto contribuíram para essa nova definição, em que afirmam que a administração deve ser aplicada tanto em novos empreendimentos, como também em já existentes, podendo ser comerciais ou não, de pequeno ou grande porte. Portanto,

esses estudos trouxeram um novo enfoque para a administração que antes era somente destinada à grandes corporações e com fins lucrativos.

A abordagem de Drucker complementada posteriormente por Hashimoto, diz que o empresário com uma essência empreendedora deve possuir três características fundamentais, são elas: inovação, autonomia e a capacidade de correr riscos, sendo que esses elementos necessitam estar juntamente presentes, pois sozinhos não caracterizam um empresário como empreendedor.

## **2.5. EMPREENDEDORISMO NA GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS**

As pequenas empresas possuem um alto índice de mortalidade, segundo pesquisas já existentes do SEBRAE e outros órgãos. Por esse motivo, o empreendedorismo é de suma importância para o gerenciamento de pequenos negócios, já que é um diferencial estratégico que ao ser conciliado a um plano de negócios bem estruturado, pode gerar grandes oportunidades, criando assim, cenários positivos.

O empreendedor por sua vez é o responsável por tornar aquilo que foi planejado e idealizado em um negócio de sucesso, para tal, não basta somente ter uma ideia, é preciso estar sempre inovando e transformando seus produtos e/ou serviços, para que assim acompanhem da melhor forma o mercado que sofre mudanças constantes.

Para ampliar o conceito de empreendedor, Schumpeter define que:

O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias (SCHUMPETER, Joseph. 1947, p.149-159 apud CHIAVENATO, Idalberto. 2007, p.11).

### **3. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS**

A Gestão de Pequenos Negócios pode ser apresentada de forma simples, apesar de se tratar de uma área complexa, ao falarmos que se trata de uma vertente administrativa destinada para pequenas empresas que ainda estão em construção e que são, de certa forma, simples e geradas por pessoas comuns, não necessariamente com especialização em administração etc (SEBRAE, 2019).

No contexto mundial atual cada vez mais pequenos negócios surgem a todo momento; em contrapartida, é notório que muitas dessas empresas fecham ou vão à falência em menos de dois anos. Um conhecimento, mesmo que básico, de uma gestão de pequenos negócios pode fazer com que a empresa dure mais tempo, de forma balanceada e que, possivelmente, se expanda no futuro (SEBRAE,2019).

#### **3.1. VANTAGEM E DESVANTAGEM**

É possível notar que existem mais vantagens do que desvantagens quando falamos sobre conhecimento na área de Gestão de Pequenos Negócios, pois trata-se de uma área que pode servir de muita ajuda para um pequeno trabalhador com sua empresa iniciando de forma básica, para que possa encaminhá-la para um caminho de sucesso, apresentando conhecimentos importantes de administração desde o básico (SEBRAE, 2017).

Entretanto existem algumas desvantagens ao gerir uma pequena empresa; normalmente pessoas começando um negócio pequeno possuem um outro trabalho que é de onde tiram sua principal fonte de renda, e precisam aprender a equilibrar os dois; e por ser algo pequeno muitas vezes não obtêm o retorno necessário etc (SEBRAE, 2019).

#### **3.2. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS NO RAMO DE ARTIGOS ARTÍSTICOS**

Administrar um pequeno negócio é tão árduo quanto uma empresa de grande porte, por isso é importante adotar medidas para que a empresa mesmo que pequena,

seja de grande rentabilidade, onde facilite seu crescimento garantindo seus lucros. Pensando assim, ao gerenciar um pequeno negócio devemos traçar metas e garantir que os dirigentes as alcance, utilizando as tecnologias que estão cada vez mais disponíveis no mercado (QUANTOSOBRA, 2015).

Conhecer o mercado em que você está investindo, revisando constantemente o plano de negócios e identificando os acertos e modificando os contratempos (QUANTOSOBRA, 2015).

Ter o cuidado de escalar uma equipe capacitada em vendas, que planeja de forma inteligente, a fim de divulgar a empresa (QUANTOSOBRA, 2015).

Coordenar o estoque monitorando os lucros, repondo estoque garantindo a qualidade dos produtos (QUANTOSOBRA, 2015).

Esses tópicos se aplicam a diversos ramos de uma empresa, e está incluindo também a área de artigos artísticos, já que ele pode funcionar de maneira como um pequeno negócio quanto vir a se tornar uma grande empresa do ramo (QUANTOSOBRA, 2015).

### **3.3. CONCEITO DE GESTÃO SEGUNDO**

Entende-se como gestão, a forma pela qual uma organização desenvolve suas atividades, buscando o máximo de eficiência e eficácia. As pessoas responsáveis por esse gerenciamento estão em cargos de um nível hierárquico maior e são chamadas de gerentes, ou ainda gestores.

Dentre as inúmeras definições de gestão, têm-se que, segundo o gestor e escritor Vicente Falconi:

“Gestão é atingir metas ou resolver problemas. Gerenciar é ter uma meta e tomar todas as medidas necessárias para atingir esta meta” (EQUIPE IDEIAS, 2018).

Para desempenhar suas funções, os gestores devem se basear nos quatro pilares da gestão, sendo elas: a organização, para que o gestor consiga perceber e identificar tudo que acontece dentro da empresa; o planejamento, para definir os objetivos e metas a serem alcançados; a liderança, para que o gestor seja visto como um líder e assim conquistar um maior engajamento da equipe; e por último, o controle, em que verifica-se se os resultados esperados e planejados, estão sendo alcançados pela equipe (EQUIPE IDEIAS, 2018).

A gestão empresarial é dividida em oito áreas principais e distintas, porém, devem estar alinhadas para o bom gerenciamento como um todo, sendo: gestão de pessoas ou gestão de recursos humanos; gestão de processos; gestão comercial; gestão financeira; gestão de projetos; gestão de qualidade; gestão de tecnologia da informação; e gestão de estoque (EQUIPE IDEIAS, 2018).

### **3.4. GESTÃO DE NEGÓCIOS E ADMINISTRAÇÃO**

As pessoas costumam usar o termo administração de empresas como sinônimo de gerenciamento de negócios. Na verdade, esses dois conceitos são muito semelhantes, mas há uma diferença sutil e importante entre eles: pessoas. Conceitos administrativos tradicionais, segundo a teoria clássica de 1916, a administração tem cinco funções básicas:

- Planejar;
- Organizar;
- Coordenar;
- Comandar;
- Controlar.

Portanto, a administração é uma ciência precisa, movida inteiramente por decisões e fatores racionais. Assim, aplica essas cinco funções por meio de métodos que permitem aos profissionais (administradores) atingir os objetivos da empresa.

Na gestão empresarial, os profissionais se preocupam muito em motivar e maximizar o potencial de cada membro da equipe. Portanto, o fator humano é fundamental e, na gestão, as atividades são mais mecanizadas e racionalizadas. Nas atribuições da gestão empresarial, além das funções administrativas, agrega: Treinamento da equipe e Resolução de conflitos. Deste modo, a função do gerente de negócios está mais próxima da função do líder do que da função do administrador de empresas.

Um general qualificado em assuntos de guerra explora sua vantagem estratégica e não a pede aos seus homens. Assim, esse general deve saber selecionar os homens certos e explorar uma situação favorável. Quem explora a vantagem estratégica, dirige seus homens como se fossem troncos ou pedras. A natureza dos troncos ou pedras é permanecer impassível se o solo é plano; ou rolar se o solo está inclinando; se eles são quadrados, tendem a parar, se são redondos, tendem a rolar. Assim, a vantagem estratégica do comandante pode ser comparada a uma pedra redonda que

rola por uma montanha íngreme de dez mil pés de altura. É este o significado de vantagem estratégica.” (TZU, Sun. 1983, p.18)

### **3.5. PEQUENOS NEGÓCIOS**

As pequenas empresas são compostas por micro e pequenas empresas (MPE) e microempresários individuais (MEI). No Brasil, são 6,4 milhões de instituições. Destas, 99% são micro e pequenas empresas (MPE). As pequenas e microempresas respondem por 52% (16,1 milhões) dos empregos oficiais no setor privado. De acordo com o Portal do Empreendedor, o Brasil tem 3,7 milhões de MEIs (dezembro de 2013). As micro e pequenas empresas podem ser classificadas de acordo com o número de funcionários e faturamento anual total.

Em fevereiro, os empregos formais criados no Brasil apresentaram saldo positivo. São 401.639 vagas cadastradas na carteira, sendo as micro e pequenas empresas são responsáveis por 68,5% dos empregos gerados no Brasil. Isso equivale a pouco mais de 275.000 empregos criados por pequenas empresas. Por outro lado, as grandes e médias empresas tinham pouco mais de 101.000 empregos naquele mês. A pesquisa foi realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) com base nos dados do Cadastro Integral de Emprego e Desempregados (Cage), do Ministério da Economia. Carlos Melles, presidente do Sebrae, destacou a atuação das micro e pequenas empresas e sua importância para a recuperação econômica do país.

Esse é o oitavo mês consecutivo que as micro e pequenas empresas puxam a geração de empregos com carteira assinada. São os pequenos negócios que sustentam a geração de empregos nos país e, por isso, é tão importante que sejam realizadas políticas públicas que amparem esse segmento. (MELLES, Carlos. 2021.)

### **3.6. LOGÍSTICA**

É uma combinação de todos os procedimentos que visam melhorar o processo produtivo da empresa e harmonizar bons custos com maior eficiência operacional (NEOGRID, 2021). Aprofundando, podemos definir logística comercial como o processo de planejamento, implantação e controle econômico do processo

produtivo e de armazenamento de insumos, matérias-primas, estoques e produtos acabados, bem como a gestão estratégica das informações relacionadas às atividades realizadas em toda a cadeia de abastecimento, do local de origem ao ponto de consumo, para garantir o cumprimento dos requisitos do cliente (NEOGRID, 2021). Conclui-se que a verdadeira missão da logística comercial é obter e fornecer os bens ou serviços certos, no lugar certo, no momento certo e nas condições exigidas, pois também é favorável ao desempenho da empresa (NEOGRID, 2021).

A logística comercial é um conceito amplo que inclui uma série de outras atividades estratégicas que estão intimamente relacionadas à satisfação das necessidades do consumidor (NEOGRID, 2021). Por exemplo, podemos citar: transporte; Manutenção de estoque; Processamento de pedido; comprar ingredientes; Gestão da informação. No cenário competitivo atual, a logística comercial tornou-se um dos elos mais sensíveis e o elo mais importante para o sucesso. Afinal, estamos nos referindo a um conjunto de atividades que criam valor para os produtos e serviços da empresa. Esse valor se reflete na capacidade da empresa de atender pontualmente às necessidades do cliente (NEOGRID, 2021).

Portanto, a logística comercial garante o correto fluxo na cadeia de abastecimento, possibilitando o fornecimento de matéria-prima, a continuidade da indústria e o ajuste da produção, e a distribuição aos varejistas sem demora (NEOGRID, 2021).



## **4. EMPRESA ARTE SORTE – MATERIAIS ARTÍSTICOS**

### **4.1. TIPOS DE EMPRESA E TRIBUTAÇÃO**

#### **4.1.1. Sociedade limitada**

Segundo o site Conube, uma Sociedade Limitada é aquela que consiste em um tipo de associação que possui os seus preceitos baseados no valor investido por cada associado. Além disso, a razão social (denominação social ou firma empresarial) que é um termo utilizado por pessoa jurídica (PJ) para se registrar e poder se individualizar e exercer suas atividades (CONTABILIZEI, 2021), possui uma característica específica para as associações que se afiliam a Sociedade Limitada, que seria o nome acompanhado pela sigla “LTDA”, que significa “limitada” (JÚNIOR, 2021).

Por conta disso, a Empresa desenvolvida, por se caracterizar como uma Sociedade Limitada, ficou com a razão social de Arte Sorte Materiais Artísticos Comércio LTDA, a denominação social passou por averiguação para saber sua disponibilidade.

#### **4.1.2. Simples nacional**

O tipo de tributação referente à Arte Sorte seria o Simples Nacional, que segundo o site Contabilizei, é um regime tributário destinadas a empresas de micro e pequeno porte. Existem três tipos de empresa que se enquadram nesse tipo de tributação:

- Microempreendedor Individual (MEI) – faturamento até R\$81 mil ao ano;
- Microempresa (ME) – faturamento até R\$360 mil ao ano;
- Empresa de Pequeno Porte (EPP) – receita bruta de R\$360 mil até R\$4,8 milhões ao ano.

No caso das exigências, existe uma importante que pontua que ao abrir uma empresa Simples Nacional ela deve ser de natureza jurídica de Sociedade Empresarial (LTDA), Sociedade Simples (SS), Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) ou Empresário Individual (EI) (GULARTE, 2021).

## **4.2. NOME FANTASIA, LOGO E SLOGAN**

O nome fantasia de uma empresa nada mais é do que o nome que a organização escolhe para ser reconhecida publicamente, as palavras que serão postas em publicidades redirecionadas ao público-alvo. Segundo o site SEBRAE, o nome fantasia pode ou não ter relação direta com a razão social, isso fica à par dos sócios decidirem.

É uma etapa importante no desenvolvimento de uma empresa, pois trata-se de como a empresa será reconhecida para seus compradores e é um dos pontos cruciais sobre como esta organização sobreviverá no mercado, já que é pelo nome onde são transmitidos os valores ou atributos de uma empresa (SEBRAE, 2015).

Portanto, o nome fantasia adotado para a empresa desenvolvida pelo trabalho é Arte Sorte, onde a palavra “Sorte” está relacionada ao anagrama para a palavra inglesa “*Store*”, que significa “Loja”, tornando-se então uma “Loja de Arte” em tradução literal. A escolha do nome fantasia se apresentou de extrema importância para a escolha do logo e slogan.

### **4.2.1. Logo**

O logo de uma marca é de extrema importância para a empresa que está sendo criada, pois trata-se literalmente da imagem que ela terá no mercado, a primeira impressão de uma pessoa a respeito de determinada marca ou loja virá justamente da logo.

Segundo o site Integração Digital, existem quatro tipos de logo possível no mercado de trabalho:

- Logotipo: Refere-se a logos que possuem poucos elementos diferenciados, sendo reconhecidos por somente sua parte escrita, e possível citar marcas que utilizam do logotipo como a “Coca-Cola”, “SONY”, etc.;
- Isotipo: Pode-se chamar o isotipo apenas de “símbolo”, pois no mercado de trabalho esta imagem simples é o suficiente para a marca ser reconhecida, dos exemplos podemos ter o losango da “Renault”, a maçã com uma mordida da “Apple”, etc.;
- Isologo: O isologo refere-se ao tipo de logo que possui tanto símbolos ou imagens como o texto do nome da empresa, onde esses dois não funcionam separados, podemos citar exemplos do “Starbucks”, que possui o símbolo da sereia no meio com “Starbucks Coffee” escrito ao redor, e o símbolo do “Burger King”;
- Imagotipo: O imagotipo nada mais é do que a junção de símbolo, não imagens, com o texto, como o jacaré da “Lacoste” juntamente com o nome da marca, ou por exemplo os traços logo em cima do nome “Adidas”.

Com todos os tipos de logo estabelecidos, Foi optado pela criação de um Isologo para representar a empresa em construção, mantendo o nome fantasia em cima com tons claros, logo abaixo uma representação simplista de um trevo de três folhas, deixando subentendido que a empresa seria a última folha para completar o trevo de quatro folhas, símbolo internacionalmente reconhecido como sorte.

Utilizando a Psicologia das Cores no marketing, que é um estudo onde busca compreender comportamentos humanos relacionados as cores, foi optado por usar tons análogos da cor verde, que traz a sensação de calma, perseverança e cuidado com meio-ambiente, querendo passar para o público-alvo uma expectativa de confiança entre consumidor-empresa (CLEMENTE, 2020).

#### **4.2.2. Slogan**

Apesar de termos uma excelente base no mercado com nome fantasia e logo definidos, existe mais um ponto importante que pode ser um pilar a mais na construção da imagem da empresa para o público-alvo, que é o slogan.

O slogan nada mais é do que uma frase curta e fácil de memorizar que pode fazer com que o consumidor se lembre da empresa em momento de decisão, algumas

peças consideram o slogan como a logo “verbal” da organização. Algumas empresas optam por slogans que rimam, seja entre si ou com o nome fantasia escolhido, facilitando ainda mais a memorização (Neipatel, 2021).

O slogan foi um dos últimos pontos a ser definido sobre a parte de marketing e dos tópicos empresariais. Por fim o slogan ficou definido para que fizesse uma referência ao nome da empresa, sendo assim o slogan oficial se tornou: Porque a Arte é o nosso maior amuleto da sorte.

**Figura 1** – Logo e slogan da empresa Arte Sorte



**Fonte:** Imagem do autor.

### **4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES**

As ferramentas de gestão são grandes aliadas para a elaboração da estratégia a ser utilizada pelo negócio. Diante disso, a MVV (missão, visão e valores) trata-se de uma das principais ferramentas que constituem a base para a estruturação da empresa e influenciam diretamente em sua cultura organizacional. Quando bem alinhada no planejamento estratégico e disseminadas pelos colaboradores permite um diferencial competitivo (HEEMANN, 2021).

#### **4.3.1. Missão da empresa**

A missão de uma empresa é o motivo e o propósito de sua existência. Deve estar definido na missão, o benefício gerado pela entrega da organização ao cliente. Para formular a missão da empresa basta pensar na razão que levou a transformação de uma simples ideia em empreendimento. O ideal é ser feito em conjunto, pois assim cria um sentimento de pertencimento nos integrantes da empresa (HEEMANN, 2021).

A missão da empresa Arte Sorte, desenvolvida pelo trabalho, é “despertar o lado mais forte do seu artista interior”.

#### **4.3.2. Visão da empresa**

A visão de uma empresa é a situação que deseja alcançar em um determinado período. É de suma importância ter uma visão do futuro, para que as tomadas de decisões no presente permitam que a organização alinhe seus objetivos e metas visando um propósito posterior. (HEEMANN, 2021).

A visão da empresa Arte Sorte, desenvolvida pelo trabalho, é “tornar-se uma referência de artigos artísticos, levando materiais de todos os tipos para todos os lugares e pessoas”.

#### **4.3.3. Valores da empresa**

Os valores de uma empresa são os ideais em que acreditam e os comportamentos corretos em relação a sociedade e o meio ambiente. Por se tratar de atitudes, é necessário moldar para que os valores da empresa possam estar presentes nos colaboradores, assim como nas relações da empresa com seus clientes e fornecedores. (HEEMANN, 2021).

Os valores da empresa Arte Sorte, desenvolvida pelo trabalho, são “a busca em trazer uma maior transparência no relacionamento entre empresa e cliente, permitindo que cada indivíduo use a arte de sua maneira com originalidade. Além disso, nosso intuito é prezar pelo bem-estar de nossos clientes, parceiros e pelo meio ambiente.”

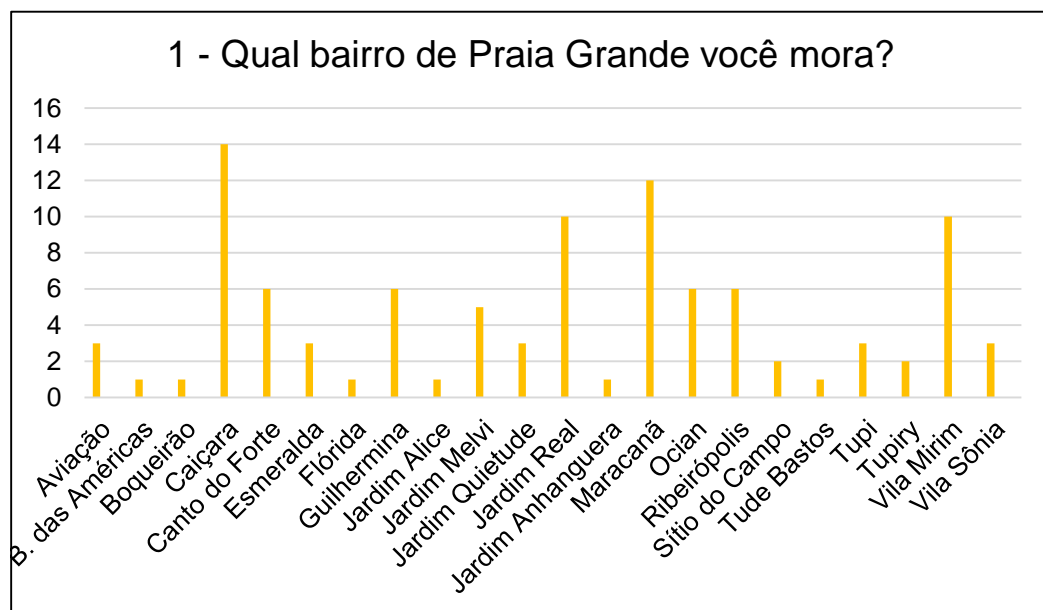
#### 4.4. PESQUISA DE CAMPO

Essa pesquisa teve o intuito de complementar e formar uma base mais sólida sobre o tema a qual esse trabalho de conclusão de curso é referente.

O conteúdo dessa pesquisa seria voltada para os moradores de Praia Grande, onde eram questionados sobre assuntos do ramo artístico e lojas que vendem materiais de arte. O documento para respostas permaneceu em aberto por dois dias e meio e após sua finalização contou com cem respostas, as quais serviram para a montagem dos gráficos.

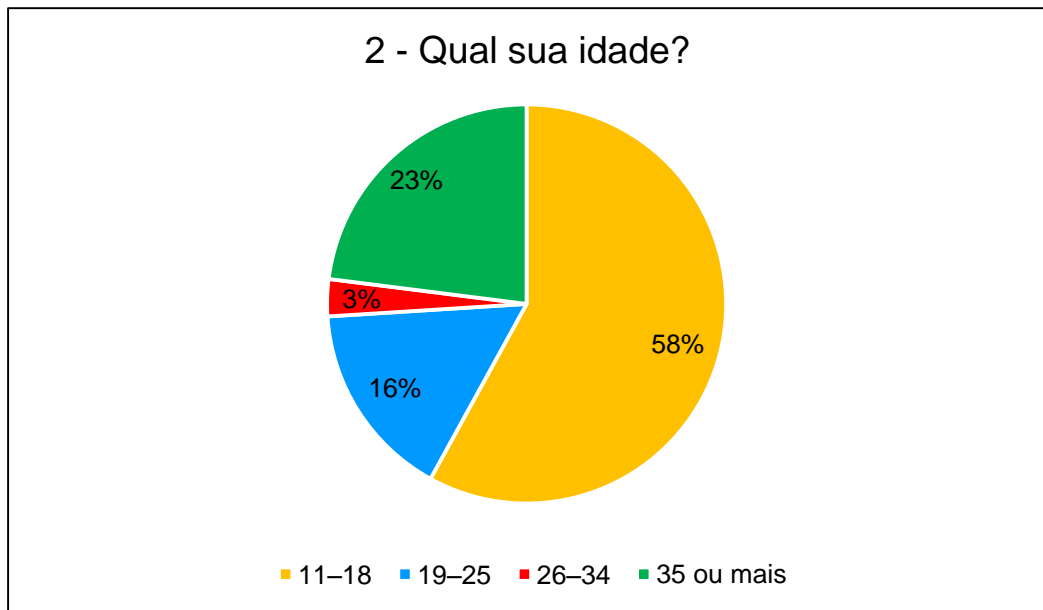
##### 4.4.1. Gráficos

**Gráfico 1 - Bairro de moradia**



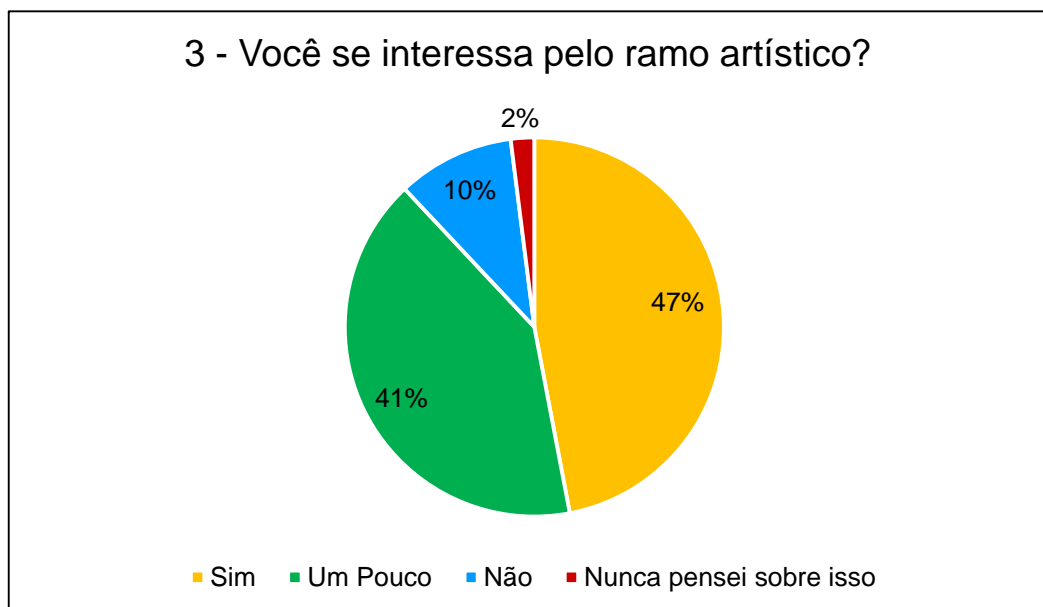
Fonte: Autoral, 2021.

Criada com o intuito de apresentar os bairros de moradia do público, a pesquisa serviria como um auxílio para determinar a melhor localidade para abrir a Empresa. A primeira pergunta teve na maior parte, respostas sendo moradores do Bairro Caiçara com 14%; seguido por Bairro Maracanã (12%). Algumas respostas apresentaram apenas 1%, sendo bairros mais afastados do Bairro Caiçara e Maracanã.

**Gráfico 2 - Idade**

Fonte: Autoral, 2021.

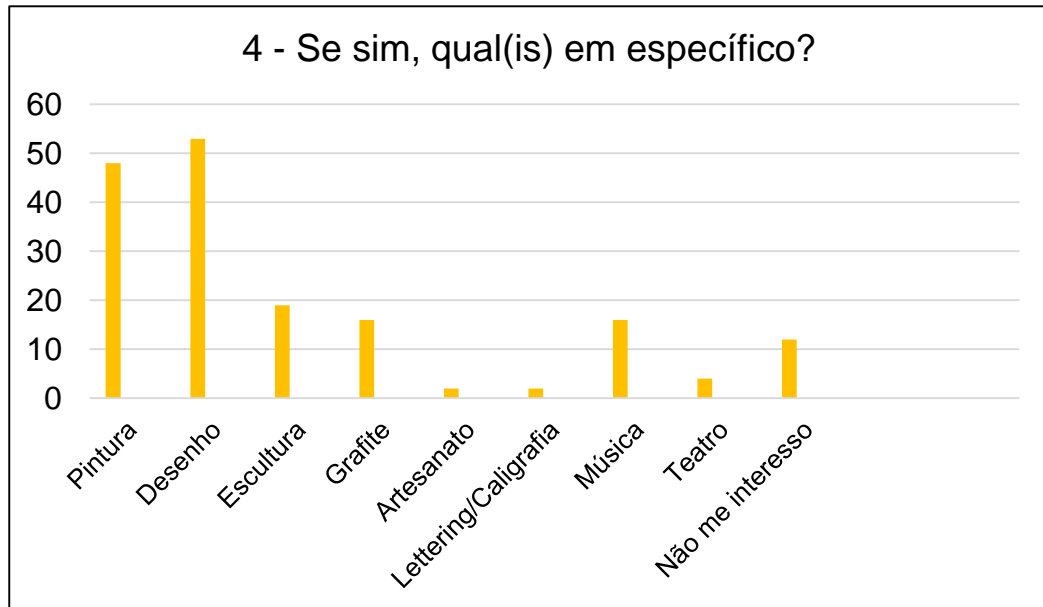
O objetivo dessa pergunta é para se ter uma base da idade das pessoas que se interessam por arte e assim o trabalho utilizar como uma pesquisa para público-alvo. A maioria (58%) respondeu que possui a idade entre 11 e 18 anos o que mostra que o público-alvo seria a faixa etária de jovens (indivíduos de até 19 anos), enquanto a menor porcentagem com 3% afirmou que possui entre 26 e 34 anos.

**Gráfico 3 - Interesse**

Fonte: Autoral, 2021.

A pergunta tinha o intuito de saber a percentagem de pessoas que possuíam interesse por artes em geral. Com 47% das respostas sendo “Sim” e a menor percentagem sendo “Nunca pensei sobre isso”, esses dados mostram um ponto positivo para a Empresa que está sendo desenvolvida.

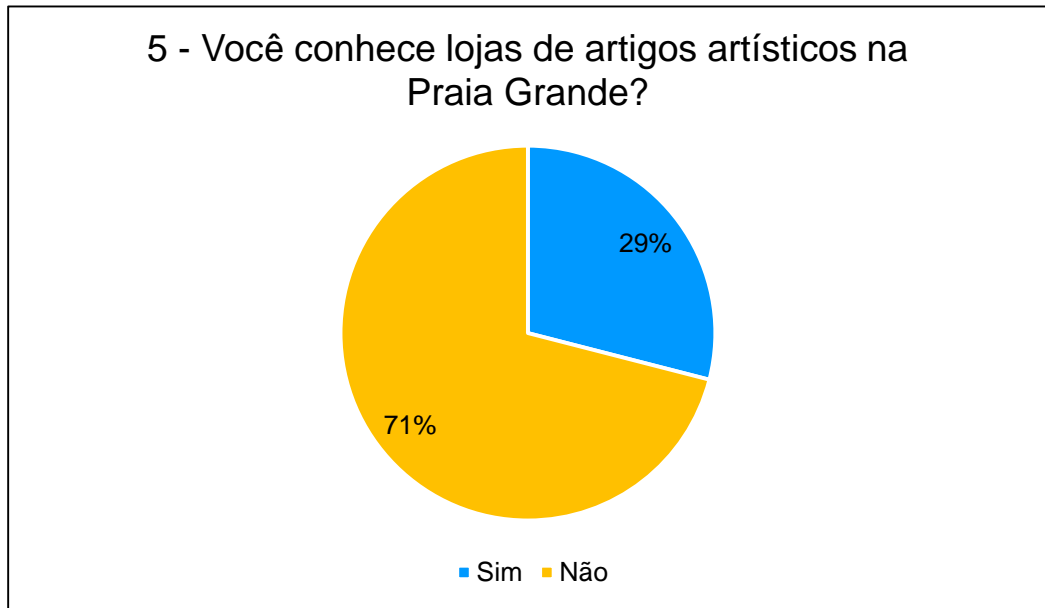
**Gráfico 4 - Especificação**



**Fonte:** Autoral, 2021.

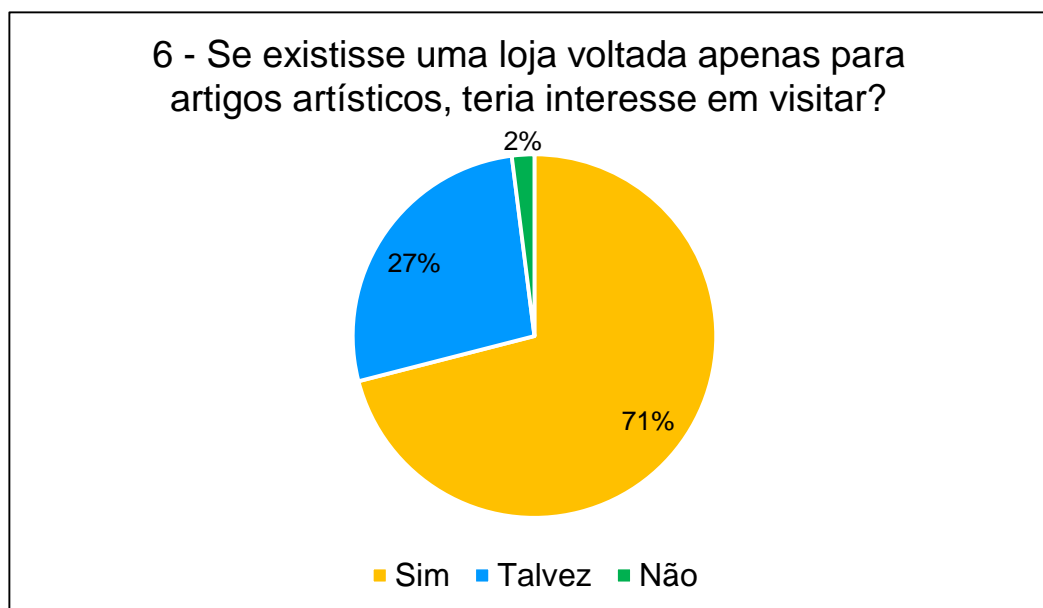
Caso a resposta fosse positiva, foi pedido que especificasse qual das alternativas se aplicariam ao interesse; no caso, as respostas que estavam no modo objetiva (pintura, desenho, escultura e grafite) seriam as que possuem uma ligação mais direta com o ramo de empresa que o trabalho está estruturando. Já as demais foram respostas mais gerais – podemos considerar como sugestões. As duas respostas mais votadas seriam Pintura e Desenho com a quantidade de 48 e 53 votos, respectivamente.



**Gráfico 5 - Conhecimento**

Fonte: Autoral, 2021.

Ajuda ao trabalho compreender a problematização que seria a falta de estabelecimentos voltados para esse gênero de nicho, além de ter servido como um embasamento para a estruturação bem definida do tema. A maioria (71%) não possui conhecimentos sobre lojas de artigos artísticos na Praia Grande e os demais, com 29%, possui conhecimentos sobre esse tipo de estabelecimento de referida cidade.

**Gráfico 6 - Visitação**

Fonte: Autoral, 2021.

O objetivo deste gráfico seria a conclusão e compreensão dos interesses do público quanto às lojas de artigos envolvidos com a venda materiais de arte. Onde mais de 50% das pessoas responderam que sim, teria interesse em visitar esse tipo de loja caso ela existisse. Seguido por Talvez com o resultado de 27% de votos e Não, com apenas 2%.

#### **4.5. PLANO DE NEGÓCIOS**

Ao abrir uma nova empresa, o empreendedor deve fazer um plano de negócios, no qual organiza as informações coletadas sobre a empresa que deseja abrir. O planejamento fornece uma visão mais clara e consistente do desenvolvimento de negócios para metas alcançáveis. Esses dados devem ser discutidos na consulta de viabilidade (SEBRAE, 2019).

O plano de negócios é considerado um documento aberto que não precisa ser mantido inevitável, pelo contrário, deve ser sempre atualizado, mantendo o projeto ativo e de acordo com o avanço empresarial (SEBRAE, 2019).

Um plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos da empresa e as etapas que devem ser seguidas para atingir esses objetivos.

Muitos projetos falham no primeiro ano de operação. Portanto, é muito importante preparar um plano de negócios completo e abrangente (SEBRAE, 2019).

Segundo a visão de Dornelas, o plano de negócio pode ser definido como um:

Documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio. (DORNELAS, 2008, p. 98)

Por fim, verifique o infográfico abaixo para obter um resumo dos postos-chave do plano de negócios:

**Figura 2 - O que é e como fazer um plano de negócios**



Fonte: SEBRAE, 2019.

Dessa forma, foi desenvolvido o plano de negócios referente a empresa estruturada no presente trabalho, onde ele apresenta todas as respostas e características próprias.

**Figura 3 - Plano de negócios da empresa Arte Sorte**



Fonte: Imagem do autor.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando alguns pontos principais abordados desde o início deste trabalho, tem-se a abordagem do tema que é voltada para a abertura de empresa em Praia Grande no ramo de venda de materiais artísticos, a qual pela pesquisa de campo se mostrou como possível já que foram apresentados resultados positivos e a problemática do tema está justamente ligada com a falta desse tipo de estabelecimento e as dificuldades de encontrar utensílios de gestão e informação.

Como análise dos resultados, o trabalho permite direcionar aos leitores a viabilidade da abertura de uma empresa, mesmo que não seja diretamente ligada ao ramo de materiais artísticos, onde é expresso que para realizar tão feito é necessário ter um foco e personalidade de um empreendedor e saber entender as características de gestão de pequeno negócio.

O tema referente a abertura de empresa se faz muito importante quando citamos administração, pois é nela onde são aplicadas em sua maioria as ferramentas de gestão compreendidas durante toda uma trajetória de estudos. Assim, colocar na prática é a maneira mais abstrata de aprender e entender as atividades de uma organização empresarial.

Mesmo sendo um trabalho extenso, ainda há várias ferramentas que podem ser exploradas, mas que não foram citadas nesta monografia. Ademais, esse trabalho tem como objetivo demonstrar que a abertura de empresa não precisa, necessariamente, ser algo para poucos e um grande quebra-cabeças.

Para concluir, apesar de não apresentar os resultados estatísticos de uma empresa, já que a realização do presente trabalho era fictícia, pode-se analisar que há boas expectativas para aqueles que pretendem se arriscar no mundo do empreendedorismo, da gestão e do ramo de artigos artísticos em Praia Grande.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO; EVANGELISTA; JUNIOR; MAZINI; SOARES. **Epe: Empreendedorismo e Pequena Empresa**. Disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/12716123.pdf&ved=2ahUKEwiQiaeSh6\\_xAhW1pZUCHaIRD5MQFjAAegQIAxAC&usq=AOvVaw1G-hc8MiAh67pEQduMSDxn](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/12716123.pdf&ved=2ahUKEwiQiaeSh6_xAhW1pZUCHaIRD5MQFjAAegQIAxAC&usq=AOvVaw1G-hc8MiAh67pEQduMSDxn). Acessado em: 20 de Junho de 2021.
- BARBOSA, Frederico Kauffmann. **Normalização de trabalhos acadêmicos**. Disponível em: [http://www.fredkb.pro.br/wp-content/files/2011\\_32p\\_Normalizacao\\_Trabalhos\\_Academicos.pdf](http://www.fredkb.pro.br/wp-content/files/2011_32p_Normalizacao_Trabalhos_Academicos.pdf). Acessado em: 01 de Janeiro de 2013.
- BELEZIA, Eva Chow; RAMOS, Ivone Marchi Lainetti Ramos. **Núcleo básico: planejamento e desenvolvimento do TCC**. São Paulo: Fundação Padre Anchieta, 2011. (Coleção Técnica Interativa. Série Núcleo Básico, v. 3).
- BEZERRA, Juliana. **Empreendedorismo**. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/empreendedorismo/>. Acessado em: 23 de Junho de 2021.
- BRANDÃO, Marcelo. **Pequenos negócios geram quase 70% dos empregos em fevereiro**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/pequenos-negocios-geram-quase-70-dos-empregos-em-fevereiro>. Acessado em: 8 de Junho de 2021.
- BRASIL, Endeavor. **O que é empreendedorismo: da inspiração à prática**. Disponível em: <https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/>. Acessado em: 23 de Junho de 2021.
- CARDOSO, Fernando; GIOVANELA, Adriana; MASKE, Daniele. **Empreendedorismo**. UNIASSELVI, 2007, p.16.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio** - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.
- CLEMENTE, Matheus. **Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/>. Acessado em: 24 de Outubro de 2021.
- CONTABILIZEI. **O que é razão social, para que serve e como definir uma para sua empresa**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-a-razao-social-da-empresa-e-para-que-ela-serve/>. Acessado em: 20 de Outubro de 2021.

COUTINHO, Thiago. **O que é Gestão Financeira**. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-gestao-financeira>. Acessado em: 8 de Junho de 2021.

EQUIPE IDEIAS. **O que é gestão? Entenda completamente o conceito e veja citação de autores**. Disponível em: <https://www.falcccon.com.br/gestao/>. Acessado em: 23 de Junho de 2021.

FELGAR, Júlia Antonietta Simões. **Trabalhos acadêmicos: manual de normas para sua elaboração**. Praia Grande/SP, 2006.

FERREIRA, Margarida. **Vantagens e desvantagens de ser empreendedor**. Disponível em: <https://www.e-konomista.pt/vantagens-e-desvantagens-de-ser-empendedor/>. Acessado em: 23 de Junho de 2021.

FISCHER, Ernst. **A necessidade da arte**. Versão brasileira; Editora LTC, 1982, p. 20.

GULARTE, Charles. **Como abrir uma empresa Simples Nacional? Passo a passo**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-uma-empresa-simples-nacional/>. Acessado em: 20 de Outubro de 2021.

HEEMANN, Michele. **Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/>. Acessado em: 21 de outubro de 2021.

JÚNIOR, José Carlos R.. **O que é Sociedade Limitada e quais suas principais características**. Disponível em: <https://conube.com.br/blog/o-que-e-sociedade-limitada/>. Acessado em: 20 de Outubro de 2021.

NEILPATEL. **Slogan: O que é e 10 exemplos criativos para você se inspirar**. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fazer-slogan/>. Acessado em: 24 de Outubro de 2021.

NEOGRID. **Logística empresarial: o que é e como otimizar processos?**. Disponível em: <https://neogrid.com/br/blog/logistica-empresarial-o-que-e-e-como-otimizar-processos>. Acessado em: 22 de Junho de 2021.

PEREIRA, Flaviana Ferreira. **Educação financeira e gestão de pequenos negócios**. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CARTILHA\\_Gest%C3%A3o\\_Financeira\\_\[para\\_leitura\].pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CARTILHA_Gest%C3%A3o_Financeira_[para_leitura].pdf). Acessado em: 23 de Junho de 2021.

QUANTOSOBRA. **Como administrar uma pequena empresa em 10 passos**. Disponível em: <https://blog.quantosobra.com.br/como-administrar-uma-pequena-empresa-em-10-passos/>. Acessado em: 24 de Junho de 2021.

SCHULTZ, Felix. **Gestão de Negócios: O que é, onde estudar e como empreender**. Disponível em: <https://blog.bomcontrole.com.br/gestao-negocios/>. Acessado em: 7 de Junho de 2021.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history**. Journal of Economic History, Nov. 1947, p. 149-159.

SEBRAE. **Como administrar um pequeno negócio**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosereventos/como-administrar-um-pequeno-negocio,9ae0b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em: 26 de Junho de 2021.

SEBRAE. **Dicas de como escolher um nome de sucesso para sua empresa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dicas-para-escolher-o-nome-fantasia-da-sua-empresa,59b98b88ba73e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em: 24 de Outubro de 2021.

SEBRAE. **Educação financeira e gestão de pequenos negócios**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ce/artigos/educacao-financeira-e-gestao-de-pequenos-negocios,80416a92f102b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em: 25 de Junho de 2021.

SEBRAE. **Gestão de pequenos negócios na prática: tudo o que você precisa saber**. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/gestao-de-pequenos-negocios/>. Acessado em: 24 de Junho de 2021.

SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em: 23 de Junho de 2021.

SEBRAE. **Pequenos negócios em números**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em: 7 de Junho de 2021.

SEBRAE. **Plano de negócios: foco nos objetivos e metas do empreendimento**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/defina-o-conceito-e-planeje-o-seu-negocio,88aaf3221b385410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acessado em: 22 de Junho de 2021.

SEBRAE. **Quem são os pequenos negócios**. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD). Acessado em: 25 de Junho de 2021.

TATIANA, Iêva. **Fernando Dolabela: “Educação deve formar a cultura empreendedora”**. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/primeiro-plano/economia/fernando-dolabela-educa%C3%A7%C3%A3o-deve-formar-a-cultura-emprededora-1.237000>. Acessado em: 25 de Junho de 2021.

TRESSINO, Natacha. **O que é Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo?**. Disponível em: <https://www.integracaodigital.com.br/blog/2019/08/29/o-que-e-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>. Acessado em: 24 de Outubro de 2021.

TZU, Sun. **A arte da guerra**. Versão Brasileira; Editora Record, 1983. P. 18.