

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS INOVADORES: estudo para implantação da empresa Organiza

**Weber Jhonatan Portugal Vieira,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
weber_portugal@ufms.br**

**Fabício Requena,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
fabricio.requena@gmail.com**

**Luan Alves Costa,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
luancostaalves@hotmail.com**

**Luiz Ricardo Soares da Silva,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
luisriccardos@gmail.com**

**Rogério da Silva Santa Ana,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
rogeriosilvasantaana@gmail.com**

**Jaiane Aparecida Pereira,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS),
jaiane.pereira@ufms.br**

RESUMO

A inovação tem sido indicada como impulso fundamental para o desenvolvimento econômico e devido à competitividade, tornou-se uma necessidade para inserção e manutenção do posicionamento das empresas no seu mercado de atuação. Diante disso e considerando a necessidade de pensar novas oportunidades de negócio para o município de Naviraí e região, foi realizada uma pesquisa sobre um dispositivo para organizar carrinhos de compras em supermercados em geral. Neste contexto, o presente trabalho teve por objetivo apresentar a empresa Organiza como uma oportunidade de negócio inovador para a cidade de Naviraí-MS. Para tanto, o desenvolvimento do trabalho foi dividido em quatro partes: estrutura da empresa e processo produtivo; análise de mercado; construção da marca; e estrutura de custos da empresa. Diante das pesquisas, observou-se que a empresa tem potencial de crescimento, principalmente pelo fato de ser um produto inovador e, com pouca concorrência. Uma das maiores dificuldades da empresa seria convencer os clientes da necessidade do investimento e a mudança de hábitos da população. Após a conquista dos primeiros clientes e da demonstração dos benefícios no longo prazo, a empresa poderá expandir seus negócios.

Palavras-chave: Inovação; Oportunidade de negócios; Supermercado.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A inovação tem sido indicada como impulso fundamental para o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1984; PEREIRA; REINERT, 2013). Devido à competitividade, a inovação tornou-se uma necessidade para inserção e manutenção do posicionamento das empresas no seu mercado de atuação (ARBIX, 2010). Existem diversos tipos de inovação: (1) de produto, quando é introduzido um novo produto ou serviço; (2) de processo, quando novos processos produtivos são realizados; (3) de gestão, quando novos processos administrativos são introduzidos; e (4) de modelo de negócio, quando há modificação na essência do negócio da empresa (ANDREASSI, 2007).

Diante da importância da inovação e considerando a necessidade de pensar novas oportunidades de negócio para o município de Naviraí e região, foi realizada uma pesquisa sobre um dispositivo para organizar carrinhos de compras em supermercados em geral. Este tipo de produto é utilizado e comercializado em alguns lugares do mundo, como na Alemanha. Foi possível encontrar vídeos no Youtube que registram e demonstram o funcionamento do produto nos mercados daquele país (UDULUIZ, 2016). O produto pode ser importado via internet pelo *site* Alibaba de Portugal (ALIBABA.COM, 2021) e pelo *site* Aliexpress da China (ALIEXPRESS, 2021). No Brasil, há uma empresa que vende o produto em Maringá, estado do Paraná (TECNOW, 2021). Há ainda produtos similares ao dispositivo que são utilizados em condomínios no Brasil, porém com chaveamento por meio de cartão.

Considerando que o produto ainda não é utilizado em Naviraí, nos outros municípios do estado de Mato Grosso do Sul e em outros estados, ele pode ser considerado como uma inovação com grande potencial de mercado. Neste contexto, foi idealizada uma empresa para fabricar e vender o dispositivo, tanto a empresa quanto o dispositivo são aqui denominados Organiza. Sendo assim, o presente trabalho teve por objetivo apresentar a empresa Organiza como uma oportunidade de negócio inovador para a cidade de Naviraí-MS.

Para tanto, o desenvolvimento do trabalho foi dividido em quatro partes: estrutura da empresa e processo produtivo; análise de mercado; construção da marca; e estrutura de custos da empresa. Por fim, descrevem-se os resultados.

2 DESENVOLVIMENTO

A Organiza foi pensada para ser implantada no município de Naviraí-MS. A fabricação

do produto utiliza uma tecnologia simples que proporciona a organização e predisposição geográfica dos carrinhos em supermercados. O produto consiste em um dispositivo de trava com uma corrente e chave. A trava só é liberada após o cliente inserir uma moeda de R\$ 1,00 no dispositivo, o que libera a chave e destrava o carrinho para uso do cliente. Ao devolver o carrinho e encaixar no local, a moeda de R\$ 1,00 é devolvida para o cliente. Essa ação permite que os carrinhos fiquem sempre organizados e no local adequado. Caso o cliente opte por não devolver o carrinho no local correto, ele já pagou o valor para que outra pessoa faça esse trabalho.

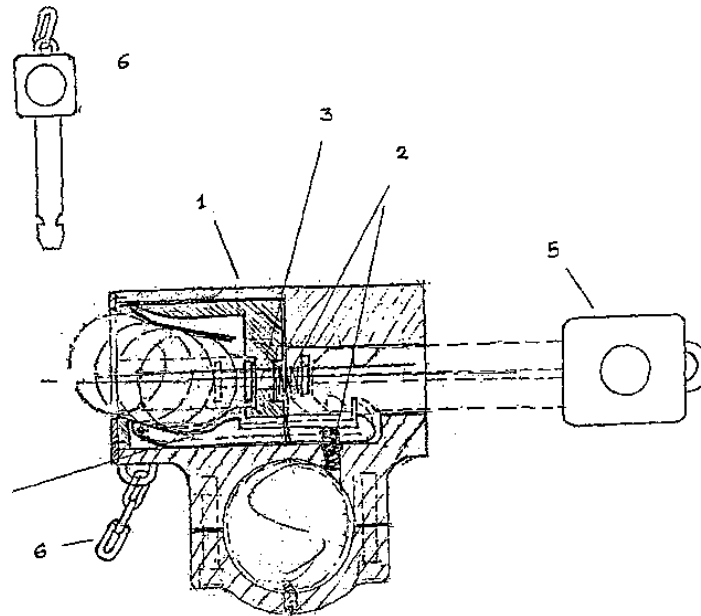
Diante disso, discute-se que o produto oferecido pela Organiza possui algumas vantagens, dentre elas: (1) economia em mão de obra, visto que não há mais a necessidade de funcionários destinados ao recolhimento de carrinhos; (2) maior satisfação dos clientes, pois haverá disponibilidade de carrinhos no local indicado e não haverá carrinhos espalhados pelo estabelecimento, seja dentro da empresa ou no estacionamento, o que é um grande problema para os clientes e para o mercado; (3) a organização dos carrinhos também possibilita a conservação dos mesmos, já que não ficarão expostos às condições climáticas ou em locais onde possa haver atritos com outros carrinhos ou com prateleiras e produtos.

Apesar disso, vale destacar as desvantagens, como: (1) adaptação do cliente no primeiro momento; (2) dificuldade no caso de não possuir uma moeda de um real. Essas dificuldades, porém, podem ser superadas a partir da utilização do produto. A adaptação do cliente demanda tempo, sendo necessário trabalhar formas de aceitação dos clientes dos mercados. Neste caso, a Organiza pretende disponibilizar junto com a venda do produto, uma campanha de marketing que incentivará e orientará o uso do dispositivo por meio de banners nos locais onde ficam os carrinhos de compras, facilitando a adaptação. No caso do fato de o cliente não possuir uma moeda, um dos caixas do mercado pode ser alocado para troca de cédulas por moedas, por exemplo.

2.1 ESTRUTURA DA EMPRESA E PROCESSO PRODUTIVO

O funcionamento interno da empresa Organiza, pretende ser constituído por cinco funcionários designados a realizarem todas as tarefas, tanto operacionais como administrativas. O dispositivo é simples para ser produzido e montado, conforme ilustrado na figura 1.

Figura 1: Sistema do dispositivo



Fonte: (PAULA; CARVALHO, 2001).

Pode-se observar que o dispositivo é composto por um mecanismo interno chaveador-liberador, por duas molas de compressão, uma corrente do tamanho suficiente para chegar ao dispositivo do próximo carrinho, o que o torna um sistema simples e de fácil produção.

A empresa pretende produzir o produto por completo, pois analisando a possibilidade de compra para revenda ou terceirização da produção e levando em consideração a importação, isso se tornaria inviável, pois o frete e os impostos iriam exceder o limite de valores, o que compensa investir na produção, pois os custos serão menores.

Para fabricação, o maior investimento seria a compra de uma injetora termoplástica e a criação e compra do molde injetor para utilizar na máquina injetora. Esse tipo de máquina possui diversos fornecedores no estado de MS e fora do estado. Para a produção do produto, será necessário treinamento especializado para manuseio da máquina injetora termoplástica: “o procedimento de modelagem de injeção de plásticos para a feitoria de ferramentas em diversas finalidades, de fato, é uma técnica bastante específica e que necessita de bastante conhecimento e maquinário específico para tal aplicação” (ALFAMACH, 1998, n.p). Porém, geralmente as próprias empresas fornecedoras das máquinas injetoras termoplásticas oferecem treinamento sobre a mesma.

A matéria-prima para fabricação é o polipropileno granulado, por ser mais resistente tanto a impactos quanto ao tempo. Após fabricar as partes, a montagem das peças do produto

não exige mão de obra especializada. Adquirindo os demais componentes (molas, parafusos e correntes) para a montagem, o produto pronto e montado passa pela etapa de embalagem e armazenagem para transporte e envio.

O ambiente de produção do processo produtivo é classificado como fazer contra pedido (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002), o que exige da equipe de comercialização a demonstração e venda do produto para que ele seja posteriormente produzido. O próximo tópico apresenta a análise de mercado para o produto.

2.2 ANÁLISE DE MERCADO

Observando os supermercados brasileiros, nota-se que a desorganização dos carrinhos de compras é um grande problema, pois os clientes acabam deixando os carrinhos nos estacionamento, atrapalhando o caminho dos próximos clientes. Isso exige que haja uma pessoa para recolher os carrinhos espalhados. A desorganização também acarreta outros problemas como a poluição visual.

Neste contexto, o produto da Organiza resolve essas questões e o retorno do investimento é rapidamente recuperado ao considerar que atualmente existe um funcionário para fazer o recolhimento.

Sobre a concorrência, devido ao fato de ter sido identificada só uma empresa no estado vizinho que trabalha com esse produto especificamente para supermercados, observa-se que há espaço para crescimento de mercado. Inicialmente, a empresa pretende atender a Naviraí, a Região do Cone-Sul do estado, o estado como um todo e, posteriormente, pode expandir para outros estados.

Deste modo, foi elaborada uma matriz SWOT da empresa Organiza. A matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), consiste na identificação dos pontos fortes e fracos da organização, bem como as oportunidades e ameaças do mercado de atuação da mesma (THOMPSON JR; STRICKLAND II; GAMBLE, 2011). A matriz da Organiza foi mostrada no Quadro 1.

Quadro 1: Análise SWOT da empresa Organiza

	FORÇAS	FRAQUEZAS
ANÁLISE INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> ● Maquinário novo para fabricação dos produtos. ● Estrutura adequada para atender a clientela. ● Produto inovador 	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresa ainda pouco reconhecida. ● Dificuldades financeiras para ampliação e crescimento. ● Ruídos na comunicação.
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
ANÁLISE EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> ● Nicho de clientes - supermercados. ● Possibilidade de expansão nacional. ● Pouca concorrência. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilidade de entrada de novos concorrentes ● Crise econômica nacional. ● Mudança de hábito das pessoas.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No caso das forças e fraquezas, elas são apenas especulativas, visto que a empresa ainda não está em operação. Mesmo assim, caso os planos sigam conforme planejado, as forças poderão estar associadas ao maquinário novo para fabricação dos produtos, estrutura adequada para atender a clientela e o fato do produto ser inovador. As fraquezas podem estar associadas ao fato de a empresa ser pouco reconhecida no início, dificuldades financeiras para ampliação e crescimento, e ruídos na comunicação.

De modo geral, embora existam algumas ameaças, como a facilidade de entrada de novos concorrentes, a crise econômica atual e a necessidade de mudança de hábito das pessoas para que o produto seja utilizado, o nicho de clientes, que são os supermercados, estão em expansão por ser um setor de primeira necessidade. Aliado a isso, a pouca concorrência e a possibilidade de expansão nacional, são grandes oportunidades nesse mercado.

No próximo tópico, apresenta-se sobre a construção da marca.

2.3 CONSTRUÇÃO DA MARCA

Para a construção da marca, foi pensado em uma arte minimalista que captasse a essência e conceito da empresa. Como o produto da Organiza é uma trava de segurança para os carrinhos de supermercados, o cadeado que é conhecido mundialmente por sua simples função de trancar, unir ou prender elos de corrente é a ideia principal da marca. Logo após, foi pensado na moeda de um real que é um círculo de metal pelo qual são efetuadas transações monetárias pelo mundo todo, e que é a chave para o dispositivo. Na figura 2 apresenta-se as

etapas da construção da identidade visual da empresa, unificando o cadeado e uma moeda.

Figura 2: Etapas de construção da identidade visual



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Além do símbolo, será utilizado o nome da empresa e do produto Organiza junto com a logomarca, formando a identidade visual da empresa. Levando em consideração a psicologia das cores, Farina, Perez e Bastos (2011, p. 2) afirmam que:

as cores influenciam o ser humano e seus efeitos, tanto de caráter fisiológico como psicológico, intervêm em nossa vida, criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem etc. As cores podem produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de grande importância, porque cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos.

Assim sendo, foi escolhida uma cor azul, muito similar com azul da Prússia, um tom mais claro. A cor azul na psicologia das cores está relacionada à paz, tranquilidade, força, segurança, entre outras. Desse modo, a marca foi criada pensando nos mínimos detalhes para não só agregar valor a mesma, mas sim transmitir confiança e segurança para as pessoas.

Também foi desenvolvida uma ideia de fachada, cartões de visita e a estampa a ser utilizada no produto, conforme mostrado na figura 3.

Figura 3: Identidade visual da empresa e produto



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Por fim, apresenta-se uma análise preliminar dos custos da empresa.

2.4 ESTRUTURA DE CUSTOS DA EMPRESA

Para começar a empresa, foi estimado um capital inicial em torno de R\$ 35.000,00. Essa estimativa foi apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Tabela de investimento inicial

INVESTIMENTO INICIAL			
Máquinas e equipamentos	R\$ 100,00	Computadores	R\$ 10.200,00
Injetora termoplástica	-	Computador	R\$ 5.000,00
Seladora	R\$ 100,00	Impressora	R\$ 1.200,00
Móveis e utensílios	R\$ 1.800,00	Notebook	R\$ 4.000,00
Mesas	R\$ 500,00	Serviços terceiros	R\$ 730,00
Cadeiras	R\$ 300,00	Instalações de equipamento	R\$ 500,00
Telefone	R\$ 100,00	Contabilidade	R\$ 230,00
Prateleiras	R\$ 400,00		
Material de escritório	R\$ 500,00	Outros (produção)	R\$ 16.808,80
Liberação para funcionamento	R\$ 5.694,00	Polipropileno granulado- (165 kg) (550uni)	R\$ 4.950,00
Alvará	R\$ 300,00	Corrente (120m para 550 uni)	R\$ 2.098,80
Taxa JUCEMS	R\$ 370,00	Molas (4xuni)	R\$ 660,00
Alvará bombeiro	R\$ 174,00	Embalagens	R\$ 150,00
Estudo ambiental	R\$ 3.500,00	Molde	R\$ 8.000,00
Certificado digital	R\$ 1.350,00	Químicos	R\$ 400,00
		Parafusos	R\$ 550,00
TOTAL			R\$ 35.332,80

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Conforme levantamento, a liberação para funcionamento envolve o valor total de R\$ 5.694,00, incluindo alvarás, taxa JUCEMS, estudo ambiental para mensurar possíveis impactos à natureza, dentre documentações para abertura da empresa. O investimento de equipamento foi calculado em R\$ 1.800,00 em móveis e utensílios, além de R\$ 10.200,00 em computadores e impressora para uso no escritório.

A aquisição de insumos para o primeiro mês foi cotada em R\$ 16.808,80 levando em consideração a produção e venda média de 550 unidades do dispositivo para travamento dos carrinhos de compras, sendo R\$ 4.950,00 em compra da matéria-prima (polipropileno granulado – já inserido o valor de frete), e R\$ 2.648,80 em compra de molas, parafusos, correntes e embalagens, que fazem parte do produto, além da compra de químicos usados na produção, como desmoldantes. Também acrescentado ao investimento inicial na parte de produção, há um molde compatível que deve ser adquirido por meio de pedido para utilizar na máquina injetora, tendo custo de R\$ 8.000,00.

Em relação aos serviços de terceiros, estão incluídos o serviço de abertura da empresa junto ao escritório contábil e instalações de equipamentos, totalizando R\$ 730,00. É necessário destacar que o custo citado em instalações de equipamentos, em sua maior parte, é

para a instalação da injetora termoplástica que possui o valor final de R\$ 100.879,26, porém o custo da máquina injetora não é acrescentado no valor do investimento inicial, e sim em uma simulação de financiamento realizado pela equipe na tabela 2.

Tabela 2: Simulação de financiamento injetora termoplástica

Simulação do financiamento da injetora de plástico	
Valor a financiar	R\$ 90.000,00
Carência	6 meses
Prazo (inclusa carência)	30 meses
Juros	0,55% ao mês
IOF	R\$ 1.350,00 1.5%
Tarifas e taxas	R\$ 100,00

Parcelas (mês)	Juros	Amortização	Prestação	Saldo devedor
1	R\$ 495,00	-	R\$ 495,00	R\$ 91.450,00
2	R\$ 502,98	-	R\$ 502,98	R\$ 91.450,00
-	-	-	-	-
7	R\$ 502,98	R\$ 3.574,91	R\$ 4.077,89	R\$ 87.875,09
8	R\$ 483,31	R\$ 3.594,58	R\$ 4.077,89	R\$ 84.280,51
9	R\$ 463,54	R\$ 3.614,35	R\$ 4.077,89	R\$ 80.666,16
10	R\$ 443,66	R\$ 3.634,23	R\$ 4.077,89	R\$ 77.031,94
11	R\$ 423,68	R\$ 3.654,21	R\$ 4.077,89	R\$ 73.377,72
12	R\$ 403,58	R\$ 3.674,31	R\$ 4.077,89	R\$ 69.703,41
-	-	-	-	-
27	R\$ 88,49	R\$ 3.989,40	R\$ 4.077,89	R\$ 12.100,32
28	R\$ 66,55	R\$ 4.011,34	R\$ 4.077,89	R\$ 8.088,98
29	R\$ 44,49	R\$ 4.033,40	R\$ 4.077,89	R\$ 4.055,58
30	R\$ 22,31	R\$ 4.055,58	R\$ 4.077,89	R\$ 0,00

Total pago:	R\$ 100.879,26
Juros incluindo taxas:	R\$ 10.879,26

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Ao simular o financiamento, foi considerado o valor inicial da máquina injetora termoplástica no valor de R\$ 90.000,00, carência de seis meses para início de pagamento das 30 parcelas (dois anos e meio), juros 0,55% ao mês simulando financiamento pela Caixa Econômica Federal (6,60% por ano). O IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras) foi fixado em 1,5% totalizando R\$ 1.350,00 durante todo o período do financiamento, e para abertura do financiamento a quantia de R\$ 100,00 em taxas contratuais.

Levando em consideração as taxas impostas pelo financiamento e juros, o valor final

do financiamento da injetora termoplástica será de R\$ 100.879,26, destacando os juros e taxas de R\$ 10.879,26 sobre o financiamento.

Foi possível estimar o cálculo dos custos da empresa para o primeiro mês, totalizando R\$ 31.718,80, sendo R\$ 22.910,00 de custo fixo e R\$ 8.808,80 de custo variável para produção de 550 unidades do produto. Destaca-se que o modelo de produção “fazer contra pedido” permite comprar a matéria-prima de acordo com a demanda e manter um estoque baixo e com baixos custos de manutenção. A tabela 3 detalha os custos do primeiro mês.

Tabela 3: Custos para o primeiro mês

Custo fixo	
Contas mensais (administração)	R\$ 22.910,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R\$ 15.000,00
Água	R\$ 300,00
Luz	R\$ 1.500,00
Telefone	R\$ 30,00
Contador	R\$ 750,00
Material de Expediente e Consumo	R\$ 60,00
Aluguel	R\$ 400,00
Seguros	R\$ 150,00
Propaganda e Publicidade	R\$ 2.500,00
Depreciação Mensal	R\$ 100,00
Manutenção	R\$ 350,00
Serviços de Terceiros	R\$ 1.000,00
Selos	R\$ 275,00
Juros do financiamento	R\$ 495,00
Custo variável	R\$ 8.808,80
Polipropileno granulado- (165 kg) (550 uni)	R\$ 4.950,00
Corrente (120m para 550 uni)	R\$ 2.098,80
Molas (4x uni)	R\$ 660,00
Embalagens	R\$ 150,00
Químicos	R\$ 400,00
Parafusos	R\$ 550,00
Total	R\$ 31.718,80

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

É necessário esclarecer que a inclusão do financiamento da máquina injetora termoplástica inicia-se no sétimo mês, após carência dos 6 meses, onde será acrescentado ao custo fixo a quantia de R\$ 4.077,89, totalizando para o sétimo mês R\$ 35.796,69 de gastos.

Para simular o faturamento da empresa, foi considerada a venda de 550 unidades mensais. O custo unitário do produto seria de R\$ 65,85 por unidade e o preço para venda do produto de R\$ 90,00 cada unidade, o que resultaria em um faturamento bruto de R\$ 49.500,00. Na tabela 4, são demonstrados os cálculos de simulação do faturamento mensal e o resultado líquido financeiro.

Tabela 4: Faturamento mensal e resultado líquido financeiro

Simulação Faturamento Mensal					
Descrição do produto	Estimativa de custos			Estimativas de vendas	
	Vendas unitárias	Custo unitário	Custo da mercadoria	Preço de venda unitário	Faturamento
Trava de carrinho	550	R\$ 65,85	R\$ 36.218,00	R\$ 90,00	R\$ 49.500,00

Resultado líquido financeiro					
Faturamento	Custo fixo	Custo variável	Investimentos	Lucro	% de lucratividade e mensal
R\$ 49.500,00	R\$ 22.910,00	R\$ 13.308,80	R\$ 1.000,00	R\$ 12.281,20	25%

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Observa-se que a empresa alcançaria R\$ 12.281,20 de lucro com cerca de 25% de lucratividade mensal. É necessário ressaltar que os dados são hipotéticos e que os cálculos consideram a venda de 550 unidades do produto mensalmente. Portanto, analisando as simulações, é possível concluir que ela pode alcançar resultados satisfatórios.

3 RESULTADOS, DESAFIOS E APRENDIZADO

Diante do exposto, observou-se que a empresa tem potencial de crescimento, principalmente pelo fato de ser um produto inovador e, com pouca concorrência. Uma das maiores dificuldades da empresa seria convencer os clientes da necessidade do investimento e a mudança de hábitos da população. Após a conquista dos primeiros clientes e da demonstração dos benefícios no longo prazo, a empresa poderá expandir seus negócios.

REFERÊNCIAS

ANDREASSI, T. **Gestão da Inovação Tecnológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ARBIX, G. Inovação e desenvolvimento. In.: ARBIX, G. et al. (Orgs.). **Inovação: estratégia de sete países**. Brasília: ABDI, 2010.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

ALFAMACH. Conheça um pouco mais sobre a injetora termoplástica. **Alfamach**, 1998. Disponível em: <<https://www.alfamach.com.br/injetora-termoplastica>>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ALIBABA.COM. Suzhou Highbright Enterprise Limited. **Trava de carrinho de superfície, trava de carrinho de compras**. Disponível em: <https://portuguese.alibaba.com/product-detail/coin-operated-trolley-supermarket-shopping-cart-lock-60687649067.html?spm=a2700.galleryofferlist.normal_offer.d_image.36ee39b9EJYzVd>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ALIEXPRESS. For Our Store. **Fechamento da moeda do carrinho de compras do supermercado novo**. Disponível em: <https://pt.aliexpress.com/item/4001242529852.html?spm=a2g0o.productlist.0.0.7b926505NJQJtT&algo_pvid=a78956da-f0f4-4010-bc77-57aa7acb1867&algo_exp_id=a78956da-f0f4-4010-bc77-57aa7acb1867-1>. Acesso em: 15 jun. 2021.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

PAULA, J. A.; CARVALHO, S. C. (inventores). **Dispositivo de travamento para carinhos de supermercados**. 2001. Disponível em: <<https://www.escavador.com/patentes/522549/dispositivo-de-travamento-para-carrinhos-de-supermercados>>. Acesso em: 20 jun. 2021.

PEREIRA, J. A.; REINERT, M. A influência das redes sociais na Inovação: um estudo de caso em uma incubada do Centro Incubador Tecnológico–CIT/FUNDETEC. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 12, n. 2, p. 140-155, 2013.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

THOMPSON JR, A. A.; STRICKLAND II, A. J.; GAMBLE, J. E. **Administração Estratégica**. 15 ed. Porto Alegre: AMGH, 2011.

TECNOW. Sistema de Organização Trav Box. **Tecnow**. Disponível em: <<http://www.tecnow.com.br/aempresa>>. Acesso em: 15 jun. 2021.

UDULUIZ. **Carrinhos de supermercado na Alemanha, compras na Alemanha - #Curiosidade 02**. Udu Luiz, 2016. 1 vídeo (39 segs.). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AhJZHCPcUjM>>. Acesso em: 15 jun. 2021.