

## **A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA EMPRESA JÚNIOR NA ZONA DA MATA MINEIRA**

**João Luiz Calais Braga<sup>1</sup>**  
**Sara Oliveira de Souza<sup>2</sup>**  
**Clésio Gomes de Jesus<sup>3</sup>**  
**Dilcimar Gomes de Araújo<sup>4</sup>**  
**Guanayr Jabour Amorim<sup>5</sup>**  
**Rosélio Marcos Santana<sup>6</sup>**  
**Alex Moreira<sup>7</sup>**

[alexmoreira.univertix@gmail.com](mailto:alexmoreira.univertix@gmail.com)

**ÁREA DO CONHECIMENTO:** Ciências sociais e aplicadas

### **RESUMO**

Entre as inúmeras ferramentas, o planejamento estratégico estabelece os pontos fortes e os pontos fracos da organização, buscando a realização das metas acordadas no plano. Com o propósito de disponibilizar conhecimento em gestão, empreendedorismo e projetos, e a formação de líderes, empreendedores e profissionais com maior capacitação para o mercado com maior dinamismo e competitividade, surgiu um movimento universitário que ganhou dezenas de países: O Movimento Empresa Júnior (MEJ). O estudo se justifica pela importância da ferramenta de planejamento estratégico na Empresa Júnior (EJ), a fim de garantir que a Empresa Júnior (EJ) tenha uma gestão estratégica para direcionar a organização. Sendo também uma oportunidade de oferecer aos acadêmicos que fazem parte do

---

<sup>1</sup> “Acadêmico do PIBIC-UNIVÉRTIX”, cursando 8º período do curso de Administração – Centro Universitário Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

<sup>2</sup> Acadêmica do 8º período do curso de Administração – Centro Universitário Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

<sup>3</sup> Graduado em Administração. Especialista em Empreendedorismo, Inovação e Gestão Estratégica de Negócios. Pós-graduado MBA em Gestão de Negócios e Pessoas. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>4</sup> Mestrando em Administração. Graduado em Administração Pública. Especialista em Docência do Ensino Superior. Especialista em Gestão Municipal. Especialista em Gestão de TI. Especialista em Docência e Tutorial EAD. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>5</sup> Mestre em Meio Ambiente e Sustentabilidade. Graduado em Turismo. Pós-graduado MBA em Gestão de Negócios e Pessoas. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>6</sup> Mestre em Direção e Administração de Empresas. Graduado em Sistemas de Informação, Licenciado em Matemática – Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduado MBA em Gestão de Negócios e Pessoas. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>7</sup> Mestrando em Educação Ciências e Matemática (UFV). Graduado em Administração. Licenciado em Matemática. Pós-graduado MBA em Gestão de Projetos (ESALQ/USP). MBA Gestão de Pessoas (ESALQ/USP). Especialista em Ensino de Matemática e Física (IF-SUDESTE/MG). Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

Movimento Empresa Júnior (MEJ), aprofundamento nos estudos do tema, possibilitando experiência na aplicabilidade das metodologias e estratégias do planejamento estratégico. O presente trabalho tem como objetivo geral implementar um planejamento estratégico em uma Empresa Júnior (EJ) dos cursos de Bacharelado em Administração e Ciências Contábeis em uma Instituição de Ensino Superior particular da Zona da Mata Mineira. As etapas do planejamento estratégico serão implementadas na Empresa Júnior (EJ) e investigadas a sua aplicabilidade, para isto, será aplicado um questionário semiestruturado, de forma presencial, aos membros participantes da EJ, que contribuíram efetivamente em todo o processo. Será realizado as análises e calculados medidas de frequência e de associação, os mesmos serão tabulados no programa Microsoft Excel e apresentados na forma de gráficos, tabelas e quadros.

**PALAVRAS-CHAVE:** planejamento estratégico, administração, gestão estratégica; empresa júnior (EJ).

## INTRODUÇÃO

O planejamento estratégico tem como parte principal a implantação de medidas e práticas idealizadas que tem capacidade de idealizar uma participação de mercado gerando um maior número de vendas. Suas recomendações estão conectadas pontualmente no crescimento da organização por intermédio do aumento de vendas e/ou produtividade. Assimila-se que a organização é um conjunto, e existe uma harmonia no planejamento, execução e controle das ações (JUNIOR e RIBEIRO, 2020).

As organizações precisam de um planejamento estratégico que irá direcionar o que precisa ser feito em concordância com suas metas, identificando os pontos fortes e fracos, as oportunidades e possíveis ameaças presentes. Assim, os recursos serão destinados de maneira mais eficaz e ter um caminho traçado mais qualificado (MOTA, MONTEIRO e NASCIMENTO, 2019).

A elevação da concorrência no mercado tem feito as organizações correr atrás de inovações, excelência e ter um processo qualificado. O sucesso das organizações apresenta a necessidade de expor as metas favoráveis em vários fatores, como o financeiro, usuário e desenvolvimento. O Planejamento Estratégico mostra-se como um aparato imprescindível na orientação da organização. Criando a possibilidade de estabelecer e determinar os objetivos (SANTOS e CHIARETTO, 2019).

Além de informações coerentes, é necessário que a organização tenha planejamento estratégico a fim de ter compatibilidade nas decisões em relação às metas que buscam alcançar.

O planejamento estratégico surge da necessidade de unir o ambiente interno e externo em que a empresa está incorporada, para que ela possa interagir com a dinâmica e complexidade do mercado possibilitando a perpetuação no mercado (VALENTE e BRASIL, 2019). No Brasil, o empreendedorismo tem crescido exponencialmente, visto que é um meio de muitas pessoas se driblarem das dificuldades econômicas enfrentadas no país, além disso, empreender promove o surgimento de novos empregos e provoca o espírito inovador e criativo da população.

As Instituições de Ensino Superior (IES) têm um papel importante na formação de jovens empreendedores, uma vez que estimula cada vez os jovens a empreender, e uma das formas utilizadas para esse fim é a criação de Empresas Juniores (EJs). Através das empresas juniores os jovens universitários desenvolvem competências profissionais e pessoais, aliando teoria e prática vivenciadas durante o curso de graduação. Ademais, o planejamento estratégico proporciona melhorias importantes na forma do desempenho organizacional, mas para que estas melhorias possam ajudar o crescimento da empresa, é necessário o investimento em gestão, orientação e execução aperfeiçoada de todo o projeto de planejamento estratégico (SANTOS e CHIARETTO, 2019).

Entre as diferentes organizações, a Empresa Júnior (EJ) está presente nas Instituições de Ensino Superior (IES) públicas e privadas, criando a possibilidade de os acadêmicos implantarem na prática o que veem na teoria na sala de aula. A Empresa Júnior (EJ) não se trata simplesmente de um projeto, é um ambiente para criação de inúmeros propósitos. Possibilitando os estudantes mergulharem em temas que incitem suas características de liderança, atividades em grupo, gestão de pessoas e um pensamento empreendedor. Também possibilita que os estudantes tenham contato com o mercado de trabalho, possibilitando que eles se tornem os agentes transformadores da sociedade no futuro (LUIZ, 2021).

Diante do exposto, o estudo se justifica pela importância da ferramenta de planejamento estratégico na Empresa Júnior (EJ), a fim de garantir que a Empresa

Júnior (EJ) tenha uma boa gestão estratégica para direcionar a organização. Sendo também uma oportunidade de oferecer aos acadêmicos que fazem parte do Movimento Empresa Júnior (MEJ), aprofundamento nos estudos do tema, possibilitando experiência na aplicabilidade das metodologias e estratégias do planejamento estratégico.

Visto isso, verificou-se que a literatura tem explorado o planejamento estratégico nas mais variadas organizações. Todavia, a implementação do planejamento estratégico em uma Empresa Júnior (EJ) em uma IES particular na região da zona da Mata Mineira, ainda foi pouco explorada, o que representa uma lacuna em estudos.

O estudo tem como questão norteadora: Quais são os processos adotados para implementação do planejamento estratégico em uma Empresa Júnior (EJ)? O presente trabalho tem como objetivo geral avaliar o processo de implementação do planejamento estratégico em uma Empresa Júnior (EJ) dos cursos de Bacharelado em Administração e Ciências Contábeis em uma Instituição Ensino Superior particular da Zona da Mata Mineira.

Nota-se que o tema é de grande relevância, uma vez que, Empresas Juniores necessitam de um direcionamento para o alcance de objetivos. Muitas organizações utilizam como instrumento gerencial o planejamento estratégico, ferramenta essa que possibilita estabelecer um direcionamento a ser sonhado pela organização, sempre com o objetivo de escalar os resultados, alinhar os *stakeholders*<sup>8</sup> ligados à organização e potencializar a relação entre a organização e seu ambiente (BRASIL JÚNIOR, 2016).

## **METODOLOGIA**

Concerne em uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, Gil (2017). Para isso, procurará compreender e implementar um planejamento estratégico em uma empresa júnior. O local de investigação será uma Empresa Júnior dos cursos de

---

<sup>8</sup> Em tradução literal *stakeholders* é “parte interessada” ou mesmo “grupos de interesse” que são todas as pessoas que, direta ou indiretamente, atribuem algum valor ao sucesso da companhia.

Administração e Ciências Contábeis em uma Instituição de Ensino Superior particular na Zona da Mata Mineira.

Inicialmente serão elencados a etapas de elaboração de planejamento estratégico, de acordo com a literatura científica das ciências sociais aplicadas a administração, tais como livros, artigos publicados e revistas. Cabe destacar que a ênfase será compreender as temáticas sobre os temas de administração estratégica, planejamento estratégico, pensamento estratégico e ferramentas do planejamento estratégico.

Subsequentemente, as etapas serão implementadas na Empresa Júnior (EJ) e investigadas a sua aplicabilidade, será aplicado um questionário semiestruturado, de forma presencial, aos membros participantes da EJ e que contribuiram efetivamente em todo o processo. O questionário será definido após a escolha do autor de referência no que tange às etapas do planejamento estratégico.

Estima-se que participarão da pesquisa aproximadamente 20 acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis que atualmente são membros da Empresa Júnior (EJ). Como critério de exclusão: os acadêmicos que não são membros da Empresa Júnior (EJ) não participarão da pesquisa.

Para cumprimento das questões éticas, será solicitada à Instituição de Ensino Superior a autorização para realização do estudo. Posteriormente, o projeto será submetido ao Comitê de Ética de Pesquisa com Seres Humanos (CEP), do Centro Universitário Univértix, para apreciação ética. Após a aprovação do referido comitê, serão informados aos participantes os objetivos do estudo e a sua participação será concretizada mediante o aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Este estudo seguirá as especificações da Lei 466/2012 (BRASIL, 2012), que trata de pesquisa envolvendo seres humanos, resguardando-lhe o anonimato e autonomia de recusar-se ou desistir de fazer parte da amostra do estudo.

Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em risco psicológico durante a aplicação do questionário, no qual poderá sentir-se constrangido (a) frente a alguma questão e preferir não se manifestar, tendo o direito de responder apenas às perguntas que desejar, evitando assim esse risco psicológico. A pesquisa será executada, após aprovação do CEP.

A pesquisa será executada no período de março a dezembro de 2023. Previsão do início da coleta dos dados no mês de agosto de 2023. Após a coleta dos dados e a sistematização, será realizada a inspeção visual, buscando possíveis inconsistências no preenchimento e/ou identificação de pessoas que não atendam aos critérios de inclusão. Após aplicação de questionário os dados serão analisados pela estatística descritiva, na qual serão calculadas medidas de frequência e de associação, os mesmos serão tabulados no programa Microsoft Excel e apresentados na forma de gráficos, tabelas e quadros.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Trata-se de uma pesquisa em andamento e os resultados parciais registram até o momento a realização do levantamento bibliográfico.

### **Administração Estratégica**

Chiavenato (2020) conceitua administração como o processo de planejar, organizar, dirigir/liderar e controlar os esforços dos membros da organização e de utilizar todos os recursos e competências organizacionais disponíveis para alcançar objetivos previamente estabelecidos. Para Maximiano (2007) a atividade de administrar está conectada ao processo de tomadas de decisões onde planos são traçados e recursos são manuseados para garantir a realização de determinados planos anteriormente traçados.

O processo de administração estratégica é o grupo de ações e decisões necessárias para que a organização tenha vantagens em relação às outras e obtenha retorno acima da média. A operação envolve a análise, estratégias e desempenho. Com as informações obtidas das pesquisas externa e interna, a organização avança sua visão e missão e desenvolve as estratégias (HITT, IRELAND e HOSKISSON, 2019).

Estratégia direciona como os empresários pretendem se posicionar no mercado, administrar os ramos operacionais da organização, desenvolvendo novas aptidões para que a empresa apresente consiga acumular recursos para desenvolvimento e crescimento a longo prazo. É essencial que a estratégia consolide

a posição competitiva da organização e traga a possibilidade de obtenção de vantagens em relação aos seus concorrentes (GAMBLE e JR, 2013).

Uma Gestão Estratégica tem como ponto principal a definição das estratégias que os diretores precisam selecionar, buscando um nível de desempenho maior, tendo vantagem em relação aos concorrentes. A Gestão Estratégica pode ser alinhada por qualquer organização. Conhecer a melhor estratégia requer um conhecimento interno e externo da organização e variáveis típicas do setor (SERRA, 2013).

Para a execução das funções da organização, os colaboradores estão divididos em três níveis, estratégico onde desenvolve as ações que visa atingir as metas da organização, tático onde são desenvolvidas as ações que os colaboradores do nível operacional precisam executar para a organização se mover e o operacional são os funcionários que fazem o trabalho base, executando os projetos (ANDRADE, 2022).

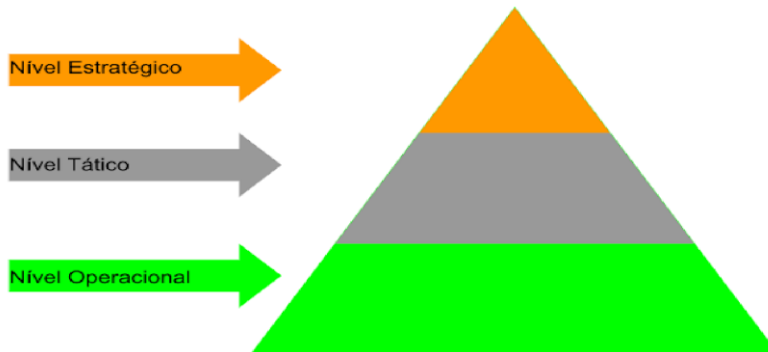


Figura 1: Níveis dos membros da organização:  
Fonte: Elaborado pelos autores. 2023.

Para obter os resultados esperados as organizações necessitam de ser bem estruturada. Os desafios externos e internos que surgem fazem que os gestores tenham diferentes abordagens para cada nível da pirâmide (ANDRADE, 2022).

### **O Movimento Empresa Júnior (MEJ) E A Brasil Júnior (BJ)**

Com o propósito de disponibilizar conhecimento em gestão, empreendedorismo e projetos, e a formação de líderes, empreendedores e profissionais com maior capacitação para o mercado com maior dinamismo e

competitividade, surgiu um movimento universitário que ganhou dezenas de países: O Movimento Empresa Júnior (MEJ). A primeira Empresa Júnior (EJ) surgiu na França no ano de 1967, como uma associação civil sem fins lucrativos que buscava a realização de projetos para organizações, e na ação, disponibilizava experiências que os estudantes ansiavam. O Movimento Empresa Júnior (MEJ) teve sua experiência no Brasil no ano de 1987 e, nos sete anos seguintes atingiu a marca de 100 Empresas Juniores (EJrs), isso só foi alcançado na França em 19 anos (BARROS NETO e RESENDE, 2019).

É um meio das Instituições de Ensino Superior (IES) que se dispõe para desenvolver a função empreendedora e dar apoio aos alunos membros das Empresas Juniores (EJrs) que são voluntários. As Empresas Juniores (EJrs) precisam estar atreladas a pelo menos uma graduação e devem criar atividades em anuência com as áreas do estudo ou competências profissionais envolvidas (GUIMARÃES, 2019).

Conforme a Lei nº 13.267/2016:

Empresa Júnior é uma entidade organizada sob a forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior. O objetivo dessas entidades é realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, com foco para a capacitação do mercado de trabalho, além de estimular o espírito empreendedor (BRASIL, 2016).

Em 2021 o movimento Empresa Júnior alcançou a marca de 1500 empresas juniores distribuídas em 300 Instituições de Ensino Superior, espalhadas pelas 27 unidades federativas e que alcançaram 71 milhões em faturamento por meio de seus projetos, com mais de 33 mil empresários juniores (BRASIL JÚNIOR, 2021).

### **Planejamento Estratégico**

Segundo Kotler (1994), o planejamento estratégico define-se como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado. O objetivo do planejamento estratégico é orientar e reorientar os negócios e produtos da empresa de modo que gere lucros e crescimento satisfatórios.

O Planejamento Estratégico é uma atividade de elaboração e execução de métodos organizacionais que busca a competição com êxito da empresa e de sua

*Anais do FAVE – Fórum Acadêmico da Univértix, Matipó, setembro, 2023.*

missão e visão no âmbito de atuação. Concerne em planejar as metas e a direção estratégica que a empresa planeja seguir, garantido competitividade e sustentabilidade na obtenção de seus propósitos globalmente (CHIAVENATO, 2020).

O Planejamento Estratégico pode ser assimilado como a validação do processo deliberativo da organização, que tem como finalidade mapear suas metas, arquitetar um caminho para alcançar, que proporciona conviver com a desconfiança, gozar das oportunidades de mercado e pactuar os administradores com a execução do Planejamento Estratégico. Sempre buscando a constância da organização e que a missão seja cumprida (ARRUDA, MENCHINI e RUSSO, 2019).

O Planejamento Estratégico pode ser interpretado como o processo que possibilita o melhor direcionamento a ser seguido pela empresa, buscando aperfeiçoar o grau de relacionamento com o espaço e operando de forma distinta e contemporânea. Todas as empresas carecem perdurar no mercado e avultar concretamente sua capacidade competitiva. O sistema de condução das empresas, com frequência não é bem vigoroso, com o aumento dos enredamentos das empresas necessita de uma maior especialização (SANTOS, 2019).

Entre as inúmeras ferramentas, o planejamento estratégico estabelece os pontos fortes e os pontos fracos da organização, buscando a realização das metas acordadas no plano. Os pontos fortes são as alusões para projetar as estratégias de desenvolvimento para que os propósitos sejam obtidos. Já os pontos fracos servem para preparar a organização para suportar os ataques que poderá sofrer, vinda de concorrentes sobre suas falhas (CRUZ, 2017).

A primeira etapa para que seja implementado o planejamento estratégico é preciso que se crie uma identidade para a organização. Consolidar uma visão, missão e os valores que irão direcionar a organização. Mesmo havendo esta identidade, é interessante revisá-la. Essas definições irão desenvolver as melhorias nos processos. A organização necessita saber o que quer ser e para onde deseja ir. Sem uma designação estratégica, gastará tempo e recursos. Também é importante a definição do fundamento, da natureza da organização, pois servirá de base para todas as ações (ATLAS, 2018).

A segunda etapa consiste na Análise SWOT, a matriz SWOT, foi desenvolvida na década de 1960 na Universidade de Stanford, EUA, e logo se transformou num modelo recorrido por várias organizações do mundo na concepção de suas estratégias (CRUZ, 2017). SWOT é um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*). Por meio deste objeto, são avaliados os pontos fortes e os pontos fracos da organização. Partindo daí, desenvolver dois projetos, um mapeando as oportunidades, aproveitando os pontos fortes, e o outro, de ameaças, para verter as fraquezas ou preparar para lidar com elas (ATLAS, 2018).

Na terceira etapa, é de suma importância analisar os consumidores atuais e os consumidores potenciais e em quais mercados a organização opera ou que tenha interesse de vir a operar, além da curva de demanda, custos e preços. Há algumas ferramentas para este tipo de mapeamento. Uma delas é a Boston Consulting Group (BCG). Ela é dividida em quatro quadrantes: baixo-baixo, o mercado não apresenta crescimento e o item inerte. O item apresenta participação baixa no mercado, não havendo crescimento; baixo-alto, o mercado apresenta crescimento, mas a vendagem do produto não acompanha esse crescimento; Alto-baixo, o mercado não cresce no mesmo ritmo de antes, mas o item tem participação excelente, embora não haja um crescimento da participação; Alto-alto, o mercado apresenta crescimento, e o item também tem apresentado aumento na participação em seu segmento rapidamente, esse é o cenário ideal para as organizações (ATLAS, 2018).

Na quarta etapa, é preciso fazer a análise de concorrência, mapeando o poder econômico, os itens, as estratégias adotadas e desenvolver planos de convivência; na quinta etapa é necessário desenvolver os objetivos estratégicos para os próximos três, cinco anos, tendo a carência de reavaliados a cada 12 meses. Com base no plano estratégico deve-se analisar a possibilidade econômico-financeira para executá-lo. Usando o método DOMP, fundamentada na metodologia Hoshin Kanri, isso irá possibilitar gerir a empresa com base nos objetivos estratégicos traçados por ela. E por último deve-se criar um roteiro e cronograma para implantação do plano operacional, incluindo mapeamento, análise, modelagem, implantação e gerenciamento (ATLAS, 2018).

O planejamento estratégico é uma ferramenta muito importante de administração direcionada para organizações possam planejar o futuro. Sem um planejamento não existe possibilidade de fazer nada com segurança. A empresa estará sempre tentando se salvar (CRUZ, 2017). O plano estratégico sozinho não faz nada, deve-se ser apoiado pela conduta estratégica, tendo um padrão que confirme a disposição da empresa e de seus funcionários de abraçar nessa complexa empreitada, mesmo com todos os desafios e as dificuldades que terão (CHIAVENATO, 2020).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Essa pesquisa foi aprovada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC – Univértix e por se tratar de um Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso, os resultados e discussão serão apresentados após a autorização do Comitê de Ética da Univértix, coleta e análise dos dados obtidos, bem como a confrontação com a literatura pertinente.

## **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, Bruna Raphaela Ferreira de et al. Correlações e distinções entre gestão empresarial e gestão de design nos três níveis organizacionais. **Gestão & Tecnologia de Projetos**, v. 17, n. 2, p. 211-237, 2022.

ARRUDA, Corinto Lucca; MENCHINI, Fernando; RUSSO, Paschoal Tadeu. Percepção sobre os Fatores do Gerenciamento de Riscos Corporativos que influenciam o Planejamento Estratégico. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 11, n. 2, p. 241-254, 2019.

ATLAS, Equipe. **Planejamento Estratégico**. São Paulo: Editora Atlas: Grupo GEN, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021844/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

BARROS NETO, Wagner de; RESENDE, André Alves de. Gerenciamento ágil de projetos em uma empresa Júnior. **Exacta**, v. 17, n. 2, p. 95-104, 2019.

BRASIL JÚNIOR, **Lei nº 13.267/2016**: Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perahinte instituições de ensino superior. Brasília: Diário Oficial de União, 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 466**, de 12 de dezembro de 2012. Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília-DF: Ministério da Saúde/CNS, 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos Novos Tempos** - Os Novos Horizontes em Administração. São Paulo: Editora Atlas, 2020. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025729/>. Acesso em: 09 jan. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento Estratégico - Da Intenção aos Resultados**. São Paulo: Editora Atlas, 2020. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025705/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

CRUZ, Tadeu. **Manual de Planejamento Estratégico**. São Paulo: Grupo GEN, 2017. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597013023/>. Acesso em: 27 fev. 2023.

GAMBLE, John E.; JR., Arthur A T. **Fundamentos da administração estratégica**. 2ª ed. Porto Alegre: Editora AMGH, 2013. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/>. Acesso em: 24 abr. 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2017.

GUIMARÃES, Monique Arantes. Estratégias de aprendizagem no trabalho de empresários juniores: relações com flexibilidade psicológica e desenho desse trabalho. 2019.

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica – Competitividade e globalização – Conceitos**. Cengage Learning Brasil, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/>. Acesso em: 11 jan. 2023.

JÚNIOR, Inimá Índio do Brasil; RIBEIRO, Isteicy Lopes. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: Um estudo teórico da importância do planejamento estratégico para as organizações. **QUALIA: a ciência em movimento**, v. 6, n. 2, p. 1-26, 2020.

KOTLER, Felipe. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. In: **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 1994.

LUIZ, Ricardo Cantoia. **O desenvolvimento de características e comportamentos empreendedores em uma empresa júnior: um estudo de caso na Quanttum**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

MOTA, Elaine Rodrigues da; MONTEIRO, Luis Fernando Silva; NASCIMENTO, Vanessa Soares do. A importância da consultoria empresarial na elaboração do planejamento estratégico em empresas de pequeno porte. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 10, n. 2, p. 51-63, 2019.

SANTOS, Carla C. dos et al. Planejamento estratégico em Organizações Não Governamentais: o caso da ATLMARJOM. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 5, p. e3985761-e3985761, 2019.

SANTOS, Gleiziane Dias dos; CHIARETTO, Silvana. O planejamento estratégico como uma vantagem competitiva de mercado: papel do planejador. **Revista Eletrônica Acervo Científico**, v. 2, p. e339-e339, 2019.

SANTOS, Sarah Vitoria; SALES, Fernando Monteiro; JÚNIOR, Luís Américo Bertolaci. Estudo de caso sobre a importância de uma empresa júnior no desenvolvimento empreendedor de Carangola e região. **REVES-Revista Relações Sociais**, v. 2, n.4, p. 0525-0539, 2019.

SERRA, Fernando R. **Gestão estratégica: conceitos e casos**. São Paulo: Editora Atlas Grupo GEN, 2013. *E-book*. ISBN 9788522486366. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486366/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

VALENTE, Daniel Leal; BRASIL, Caroline Vieira de Macedo. Análise de ferramentas administrativas para o planejamento estratégico. **FESPPR pública**, v. 3, n. 1, p. 13, 2019.