



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO
UEMASUL – CAMPUS IMPERATRIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E LETRAS – CCHSL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – BACHARELADO

TATIANA DE SOUSA COSTA

EMPREENDEDORISMO: O Plano de Negócios como ferramenta de gestão para o
sucesso de pequenas empresas

Imperatriz
2022

TATIANA DE SOUSA COSTA

EMPREENDEDORISMO: O Plano de Negócios como ferramenta de gestão para o sucesso de pequenas empresas

Artigo apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão / Centro de Ciências Humanas, Sociais e Letras, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof.(o). Me. Francisco Robson Saraiva Martins

Imperatriz
2022

C837e

Costa, Tatiana de Sousa

Empreendedorismo: o plano de negócios como ferramenta de gestão para o sucesso de pequenas empresas / Tatiana de Sousa Costa. – Imperatriz, MA, 2022.

35 f.; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Licenciatura em Letras: Língua Portuguesa e Literatura de Língua Portuguesa) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Imperatriz, MA, 2022.

1. Empreendedorismo. 2. Plano de negócios. 3. Empresas. I. Título.

CDU 658

Ficha elaborada pelo Bibliotecário: **Raniere Nunes da Silva CRB13/729**

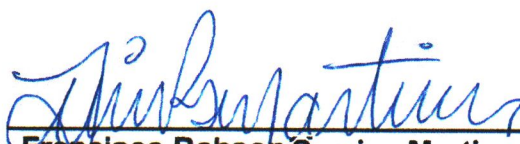
TATIANA DE SOUSA COSTA

**EMPREENDEDORISMO: O Plano de Negócios como ferramenta de gestão para
o sucesso de pequenas empresas**

Artigo apresentado ao Curso de Administração da
Universidade Estadual da Região Tocantina do
Maranhão / Centro de Ciências Humanas, Sociais
e Letras, como requisito para a obtenção do grau
de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 31 / 08 / 2022

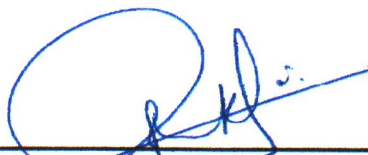
BANCA EXAMINADORA



**Prof. Me. Francisco Robson Saraiva Martin – Orientador
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão –
UEMASUL**



**Prof. Me. Iracema Rocha Silva – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão –
UEMASUL**



**Prof. Me. Pollyana Sa Kamada – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão –
UEMASUL**

Resumo

O artigo apresentado visa demonstrar a importância do plano de negócios no auxílio e planejamento futuro das pequenas empresas nos seus próximos anos, mostrando todas as informações necessárias e pertinentes para ajudar seus gestores a buscar sempre as melhores soluções. O que se pode observar é que as pequenas empresas não utilizam o plano de negócios e isso pode prejudicar o seu desenvolvimento, essa pesquisa visa incentivar a utilização do plano de negócios pelas pequenas empresas, para isso foram coletadas informações no site da Junta Comercial do Maranhão, foi realizada uma pesquisa de campo com 8 empresários donos de pequenas empresas através disso foi concluído que boa parte desses empresários conhecem e tem interesse em utilizar a ferramenta plano de negócios, e que nenhum deles tiveram nenhuma ajuda de consultoria financeira, e que os mesmos sabem da importância do plano de negócios para sua empresa e demonstram ter interesse em fazer um plano de negócios. Entretanto, a falta de informação ainda é um obstáculo para esses pequenos empresários que acreditam que a ferramenta é utilizada apenas por grandes empresas. É necessário desmitificar isso e apresentar os benefícios que as pequenas empresas terão com o uso da ferramenta plano de negócios desde o início de suas atividades.

Palavras-chave: empreendedorismo, plano de negócios, pequenas empresas.

ABSTRACT

The article presented aims to demonstrate the importance of the business plan in helping and planning the future of small companies in the coming years, showing all the necessary and pertinent information to help their managers to always seek the best solutions. However, what can be observed is that small companies do not use the business plan and this can harm their development, this research aims to encourage the use of the business plan by small companies, for this information was collected on the website of the Board of Trade of the Maranhão and a field research was carried out with 8 entrepreneurs who own small businesses, through which it was concluded that most of these entrepreneurs know and are interested in using the business plan tool and that none of them had any help from financial consulting and that they know the importance of the business plan for your company and demonstrate an interest in making a business plan. However, the lack of information is still an obstacle for these small entrepreneurs who believe that the tool is only used by large companies. It is necessary to demystify this and present the benefits that small companies will have with the use of the business plan tool from the beginning of their activities.

Keywords: Entrepreneurship, Business plan, Small companies

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1.INTRODUÇÃO | 7 |
| 2.REVISÃO DE LITERATURA | 8 |
| 2.1.CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO..... | 8 |
| 2.2.O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL..... | 9 |
| 2.3.O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE | 12 |
| 2.4.FERRAMENTAS DE GESTÃO..... | 13 |
| 2.5.PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO | 15 |
| 2.6.PLANO DE NEGÓCIOS | 17 |
| 2.7.GESTÃO DE EMPRESAS ATRAVÉS DO PLANO DE NEGÓCIOS | 19 |
| 2.8.COMO MINIMIZAR OS RISCOS DE UMA EMPRESA COM O PLANO DE NEGOCIOS..... | 20 |
| 3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 21 |
| 4.RESULTADOS E DISCUSSÃO | 22 |
| 4.1.O PERFIL DO EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE IMPERATRIZ. | 22 |
| 5.CONSIDERAÇÕES FINAIS | 31 |
| 6. REFERÊNCIAS | 33 |

1 INTRODUÇÃO

O tema abordado no artigo visa mostrar a importância do plano de negócios para o crescimento e permanência de uma pequena empresa. A visualização de oportunidades de negócios e implantação de uma nova empresa exige uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, lucro, reconhecimento e crescimento no mercado, o empreendedorismo desempenha um papel muito importante no crescimento da sociedade visto que através das empresas é que são gerados os empregos e a economia gira em torno do ato de empreender.

Partindo do ponto de vista anterior, podemos dizer que, quando uma empresa encerrar suas atividades ela poderá causar impacto tanto nas pessoas que estão diretamente ligadas a empresa como também em toda a sociedade que depende dessa empresa por meio de seus produtos ou serviços. O crescimento da competitividade no mundo dos negócios exige das empresas um bom planejamento para ajudá-las a se destacar no mercado, é muito comum observar que pequenas empresas muitas vezes encerram suas atividades com pouco tempo de existência, e uma das principais causas disso é a falta de informação e planejamento por parte de seus proprietários.

Grande parte das pequenas empresas não utilizam nenhuma ferramenta de planejamento a maioria delas nunca fizeram um plano de negócios e os proprietários não tiveram nenhuma curiosidade em procura saber mais sobre o uso do plano de negócios, sendo uma ferramenta muito importante no desenvolvimento e planejamento das etapas de construção da empresa recém-aberta.

O plano de negócio — business plan — descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos, geralmente, para os próximos três ou cinco anos. Seu preparo permite a análise da proposta e ajuda o futuro empreendedor a evitar uma trajetória decadente que o levará do entusiasmo à desilusão e ao fracasso. (Chiavenato,2007. p.12)

O plano de negócios desempenha um papel importante na empresa sendo relevante no planejamento e tomada de decisões. Partindo desse ponto de discussão, o plano de negócios pode trazer benefícios para os empresários das pequenas empresas da cidade de Imperatriz auxiliando nas tomadas de decisões e no planejamento empresarial em todos os aspectos desde a gestão financeira até o marketing e divulgação da empresa.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Empreender é algo tão antigo quanto a civilização. Desde o início da humanidade que o homem desenvolveu ações em busca de conseguir alimentos, foi assim no período paleolítico quando o homem utilizou a pedra como ferramenta de caça, e mais tarde no neolítico quando o homem percebeu que ao polir a pedra poderia torná-la uma ferramenta mais eficaz. A partir da tentativa de suprir necessidades, utilizados os recursos disponíveis e assumindo riscos de vida através da caça que o homem evoluiu para um ser social, econômico e empreendedor que aprendeu que através da troca de mercadoria poderia conseguir novos produtos e assim ter uma diversificação de alimentos para ajudar no sustento de sua família, e se desenvolveu para o que conhecemos como a sociedade atual. Segundo Hisrich e Peter o empreendedorismo pode ser definido como:

O processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica social. (Hisrich e Peter, 2004, p. 29)

Segundo Custódio (2011) a palavra empreendedor é derivada da palavra francesa *entrepeneur*, usada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar indivíduo que assumia riscos. Empreendedorismo vai muito além de uma vocação para montar uma empresa, todo empreendedor é empresário, mas nem todo empresário é empreendedor, empreender é saber usar de criatividade e ver inovação onde ninguém enxergou, é buscar ajudar os outros, e fazer disso uma paixão.

Empreender vai muito além de abrir uma empresa, fazer investimentos, ninguém nasce empreendedor, a pessoa se torna empreendedor seja por necessidade ou até mesmo por desejo, ou sonho. Segundo Robert Kiyosaki (2006, p.19) "os empreendedores estão sempre à procura das oportunidades, sem se importarem muito com o fato de terem ou não os recursos necessários". Entrar no mundo dos negócios é uma tarefa muito difícil, principalmente para aqueles que querem crescer e prosperar.

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (SEBRAE, 2007, p. 15).

Empreender não é apenas vender um produto ou serviço, é trazer satisfação, felicidade é ajudar as pessoas, o empreendedorismo está associado ao desenvolvimento, pois promove o crescimento da economia, tornando-a dinâmica, competitiva e criadora de novas oportunidades, trazendo para a sociedade uma maior variedade de produtos e serviços.

2.2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo Juliana Bezerra (2022, n.p.) "No Brasil, o empreendedorismo ganha força a partir da década de 1990, como resultado da abertura econômica promovida pelo governo neoliberal de Fernando Collor de Mello (1990-1992)". Várias empresas buscavam uma forma de melhoria e crescimento, para melhorar seus resultados e empreender para obter lucratividade e retorno financeiro com a globalização e crescimento econômico mundial o mercado se tornou cada vez mais competitivo, exigindo mais dos empresários.

A alta taxa de empreendedorismo no Brasil mostra que o fenômeno não é expressivo apenas em termos percentuais. Também em termos absolutos, trazendo conseqüências importantes para o dimensionamento e design de políticas e programas. (GEM ,2000, p. 42)

No Brasil cresce o número de empresas, e o avanço da tecnologia torna as empresas mais competitivas. Segundo o Serviço brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas (SEBRAE) “O empreendedorismo no Brasil ganhou espaço, e passa ser visto como uma opção de carreira e uma forma de absorver os diplomados e os que por algum motivo não conseguem se colocar no mercado de trabalho.” O empreendedorismo no Brasil não é praticado apenas por pessoas que desejam ganhar muito dinheiro, parte das pequenas empresas constituídas no país são de pessoas que perderam o emprego, e precisam de uma fonte de renda para o sustento da família.

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

O país se destaca como um dos países que mais tem empreendedores e a tendência é que esses números cresçam graças ao acesso à informação e o avanço da tecnologia que é uma das grandes aliadas no mundo corporativo não somente no Brasil mais do mundo todo.

Um dos grandes desafios enfrentados pelos empreendedores no Brasil é a alta concorrência no ambiente empresarial seja por concorrentes diretos como também por concorrentes indiretos, tornando o desenvolvimento e crescimento da empresa um pouco complicado, pois não são todas as empresas que se preparam para se sobressair frente à concorrência, uma estratégia que tem se tornado comum no País é o desenvolvimento de negócios especializados em fabricar determinado produto ou oferecer um determinado serviço voltado a uma visão mais tecnológica, e o uso das redes sociais e de ferramentas de serviços de vendas onde conecta o vendedor ao comprador estão se tornando cada vez mais comum, atualmente é normal ter empresas que possuem apenas lojas virtuais e vendem muitas vezes até mais que uma loja física por conta da praticidade de poder compra o produto

desejado em um clique e receber em minutos. Para Filion o empreendedor precisa saber se adaptar para se manter no mercado.

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 1999a, p.19)

Uma estratégia para minimizar a probabilidade de insucesso é investir em negócios que possuem um forte diferencial competitivo, que oferecem serviços pioneiros e que requerem um mínimo de capital de investimento. Um empreendedor para ter sucesso precisa conduzir um bom planejamento e saber escolher com cautela qual ramo de negócios irá atuar e qual seu público-alvo.

Um dos maiores problemas para o empreendedorismo principalmente para os pequenos empreendedores e motivo de desistência de muitos é a burocracia que prejudica no andamento da resolução dos problemas. Para Mirshawka (2004, p. 198) “no que se refere a abrir um negócio, o Brasil tem o sexto pior desempenho”. O Brasil está entre os países que mais apresentam problemas nesse sentido, tanto no momento de abertura de uma empresa como também no momento de seu fechamento a burocracia dificulta a resolução dos problemas por mais simples que seja.

Os impostos é um dos fatores para o insucesso de muitas organizações. Até um pequeno empreendimento precisa pagar vários impostos esses custos acabam com uma boa parte do faturamento, o que pode inviabilizar investimentos futuros.

Grandes ideias não garantem grande desempenho. Muitas empresas jovens fracassam porque o empreendedor não consegue executar a estratégia; por exemplo, o empreendimento pode ficar sem dinheiro, ou o empreendedor pode ser incapaz de gerar vendas ou atender pedidos. (FERNANDES, 2002, p. 24).

Por esses motivos citados, é tão importante um empreendedor está atento às oportunidades para melhorar a gestão empresarial. Saber fazer um planejamento é

mais importante do que ter dinheiro suficiente para investir na empresa, é necessário ter ótimas ferramentas de marketing e captação de clientes.

2.3 O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE

Para Dornelas (2003, p. 7) “o empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse Desenvolvimento”. Empreender é o que movimenta a economia do país, tem grande importância para a sociedade, pois gera empregos e ajuda também na melhoria de vida das pessoas através da prestação de serviços e vendas de produtos, se as pessoas não arriscassem empreender as indústrias não iriam produzir e assim aqueles que precisam dos produtos iriam passar necessidades e seria um caos. Segundo Chiavenato (2007, p.43) “O avanço da economia depende dos pequenos negócios, que respondem por grande parte da geração de empregos, das inovações, do pagamento de impostos e da riqueza das nações”.

As pesquisas relacionadas ao empreendedorismo cresceram nas últimas décadas, e um dos focos mais importantes destas pesquisas é o empresário por ser o responsável pela organização, o fracasso não, é algo pelo qual o empreendedor está preparado por isso a importância de se falar sobre o tema por ser algo que afeta toda a sociedade. Na maioria das vezes o insucesso da empresa pode ser evitado por medidas simples ignoradas por falta de acesso à informação por parte dos gestores das organizações.

Quanto mais pessoas criam consciência da importância das empresas e da importância do empreendedorismo, mais elas incentivam outras pessoas a também empreender. Isso contribui para uma maior coerência, conexão e harmonia entre a população de um mesmo país, que trabalhará para proporcionar benefícios próprios e para o local onde vivem. Isso é ainda mais interessante quando acontecem nas regiões menos favorecidas do Brasil, pois irá gerar empregos e impulsionar a economia da região.

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduz inovações e incentivam o crescimento econômico da região ou país. Não são simplesmente provedores de fontes de energia, que assumem riscos inerentes em uma economia em mudança, transformação e crescimento. (CHIAVENATO, 2003, p. 4).

Segundo Gobira (2021, n.p.) “Os empreendedores são os responsáveis por liderar as iniciativas inovadoras no setor privado, criar produtos e serviços com custo-benefícios cada vez melhores para os consumidores”. Com mais empresas abertas, mais opções de produtos e de preços atrativos que são colocados à disposição dos consumidores, isso faz com que as pessoas consumam mais, o que é essencial para o crescimento dos negócios e do país, quanto mais às pessoas consomem mais as empresas vão vender e com isso gerar empregos e movimentar a economia da região.

2.4 FERRAMENTAS DE GESTÃO

O termo ferramenta vem do Latim ferramenta que é instrumento que permite realizar determinado trabalho com precisão e facilidade, com o tempo o termo ferramenta passou a descrever recursos físicos e não físicos cuja finalidade é melhorar o modo de trabalho e a forma de administrar coisas e pessoas principalmente dentro de uma organização. Para Pedro Henrique Escobar (2022, n.p.) “As ferramentas de gestão são fundamentais, principalmente se usadas desde quando a empresa ainda está no começo, pois favorecem uma visão abrangente do negócio e ajudam a conduzir melhor a sua expansão e evolução, otimizando os trabalhos de todos”.

As ferramentas de gestão são técnicas que auxiliam na tomada de decisões nas empresas, podem ser aplicadas em negócios de diferentes segmentos e portes.

a partir delas, os gestores têm maior controle sobre os processos da organização facilitando na hora de resolver os problemas que surgirem na empresa. Segundo Robson Camargo:

As ferramentas de gestão podem ser softwares ou técnicas utilizadas para aprimorar seus resultados, processos, sistemas e projetos. Podem melhorar a qualidade, obter controle sobre processos ou acompanhar a dinâmica dos colaboradores. Com isso, ajudam a obter melhores resultados, além de prevenir problemas que poderão impedir o sucesso de um projeto. (Robson Camargo 2018, n.p.)

No mercado existem inúmeras ferramentas de gestão para cada tipo de processo que existe na empresa, sendo que dependendo da necessidade da organização uma ferramenta pode funcionar para uma empresa, porém para outra empresa não, e possível que uma mesma ferramenta de gestão possa atender vários processos como também pode ser necessário que a empresa utilize mais de uma ferramenta. Cada empresa é única e com isso é necessário fazer uma análise das principais necessidade da empresa para que assim possar ser escolhida a melhor ferramenta para resolver o problema. Para Sleight as ferramentas de gestão têm um papel muito importante nas organizações.

Todas as ferramentas construídas no decorrer do desenvolvimento da história das organizações trazem algum tipo de benefício para o processo produtivo, mesmo que não sejam implantadas na sua íntegra (Sleight,2000, p.7).

Segundo Pedro Henrique Escobar (2022, n.p.)” Elas podem e devem ser utilizadas em qualquer tipo de organização, seja de pequeno, médio ou grande porte, pois auxiliam os gestores a controlarem todos os processos, identificando o que está fluindo e aquilo que precisar ser melhorado ou trocado”. As pequenas empresas iniciadas no mercado sejam por falta de informação ou mesmo por desinteresse dos gestores não adotam as ferramentas de gestão porque elas demandam tempo, recursos e muita paciência por parte de seus administradores, pois os resultados esperados não costumam ser de imediato e muitas vezes não geram o resultado esperado causando descontentamento e desistência por parte dos gestores.

Os principais objetivos das ferramentas de gestão é identificar os problemas dentro de uma organização e classificar os problemas do mais grave ao mais simples e buscar soluções para cada problema, controlar e avaliar custos, e monitorar resultados para assim alcançar os objetivos esperados pela organização.

Diante do cenário de incertezas e mudanças constantes e da tecnologia que a todo momento altera-se, a empresa precisa se manter atualizada para que assim tenha os meios de identificar e analisar suas vulnerabilidades e ameaças no mercado que tem se tornado cada vez mais competitivo e difícil principalmente para as pequenas empresas.

Os principais benefícios do uso das ferramentas de gestão dentro de uma organização é o aumento da produtividade, e melhoria nos processos na organização, a melhor resolução dos problemas, corte de gastos e prevenção de problemas futuros e uma melhor satisfação por parte dos colaboradores.

2.5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O Planejamento Estratégico é uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento e crescimento das organizações, pois possibilita o direcionamento das ideias, forças e recursos financeiros tornando os investimentos mais seguros, trazendo um melhor conhecimento sobre a empresa e ajudando na tomada de decisões por parte dos gestores. Segundo Filipe Bezerra (2004, n.p.)" o planejamento estratégico se trata da consolidação de ideias, que por si só não produzem resultado algum, pois é na implementação integrada dessas ideias que a organização obterá a melhor estratégia".

Toda e qualquer empresa precisa de um planejamento estratégico não basta ter uma ótima ideia de negócio e dinheiro para investir é necessário buscar informações sobre a viabilidade do negócio para saber se vale a pena o investimento, as informações reunidas no planejamento estratégico ajudam a determinar o rumo e o que será necessário para a empresa alcançar os objetivos necessários para o seu sucesso.

O planejamento estratégico deve ser executado e alinhado com a missão e valores da empresa, sendo muito importante que os gestores participem do processo de criação e supervisão desse planejamento. Uma organização que possui um bom plano estratégico conseguir enxergar eficazmente o caminho para crescer e ganhar espaço no mercado em que atua. (Filipe Bezerra,2004, n.p.)

Para Lacombe (2009, p. 70) “o planejamento é um poderoso instrumento de intervenção que se bem utilizado, constitui uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento das organizações”. Uma das ferramentas de planejamento estratégico mais utilizada é a análise Swot que demonstrar as ameaças e oportunidades internas e externas, e tudo o que pode influenciar a empresa positivamente ou negativamente.

Segundo Marcelo Bastos (2008, n.p.)" A análise Swot se tratar de uma ferramenta para uma ampla análise ambiental corporativa, que atuar como um pilar de sustentação da gestão e de planejamento estratégico de uma organização." A análise Swot pode ser utilizada por qualquer empresa seja ela pequena ou grande, com as informações obtidas é possível se chegar as melhores decisões para o futuro e crescimento da empresa.

Toda e qualquer empresa precisa ter seus objetivos definidos para ser mais fácil na hora da tomada de decisões, é muito importante acompanhar todas as etapas do planejamento estratégico para analisar se precisa mudar algo caso isso passe despercebido quando for descoberto o problema pode não ser mais possível corrigir o erro. Todo gestor precisa estar atento e analisar sempre todo o planejamento estratégico porque somente assim terá resultados positivos e satisfatórios e evitar problemas maiores causados pela falta de análise periódica do planejamento.

Planejamento é a determinação da direção a ser seguido para se alcançar um resultado desejado. É a determinação consciente de cursos de ação e engloba decisões com base em objetivos, em fatos e estimativa do que ocorreria em cada alternativa disponível. (Lacombe ,2009, p. 28)

Para Orlickas (2010, p.37) “o planejamento diminuir os incidentes, e elevar os favorecedores na tomada de decisão, porquanto admitem que o gestor adote decisões com maior firmeza”. O planejamento estratégico ajudar na melhoria da organização. Além disso, auxilia na concepção e nas transformações do espaço externo e interno, visto que contribuir no reconhecimento dos conflitos que podem surgir na empresa ao longo das operações.

2.6 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de uma empresa e quais passos devem ser seguidos para que esses objetivos possam se concretizar, através de medidas que diminuam, os riscos e as incertezas. Para Degen (2009, p. 35) “o plano é a formalização das ideias, das oportunidades, dos conceitos, dos riscos, das experiências”. Um plano de negócio permite identificar os erros ainda no papel, ao invés de cometê-los no mercado, o plano de negócios é elaborado segundo pesquisas que irão determinar como irá funcionar uma empresa, nele contém os objetivos do negócio e seus propósitos.

Segundo Dornelas (2008,p.75):
[...] é 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 ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

Para Rocha, Dorreteijn e Gontijo (2005, p.87) o plano de negócios: [...] Pode significar, portanto a ponte que liga seu grande sonho a realidade. Também é importante sublinhar que um bom PN é mais do que um simples documento. Constitui-se processo vivo, dinâmico, de modo que deve ser sempre atualizado e revisto. É como um peixe no aquário. Deixe de oxigená-lo, de alimentá-lo e ele morre rapidinho.

Sendo complementado por Baron e Scott (2007, p.186) que diz: [...] um plano de negócios é muito maior do que um documento projetado para persuadir pessoas céticas a investir em um novo empreendimento. Também é um guia detalhado para a conversão de suas ideias e de sua visão em um negócio real e em funcionamento.

O plano de negócios irá ajudar na tomada de decisões, e analisar quais os investimentos necessários para o futuro da empresa. Ele indicará o que a empresa é, e qual seu futuro, quais áreas terão mais resultados de investimento e quais deverão ser priorizadas, o plano de negócios é todo um projeto elaborado por planejamentos e conforme as necessidades de cada empresa, sendo único para cada organização.

O plano de negócio pode ser resumido um documento onde o empreendedor demonstra, em linguagem formal e objetiva, o negócio que quer conceber e mostrar para seus parceiros, sócios e futuros investidores, passando a estes a visão, a missão e os objetivos do empreendimento, o plano operacional, o plano de marketing, o plano financeiro, e o plano jurídico, de modo a facilitar seu entendimento e a sua aceitação por parte dos interessados. O plano de negócio apresenta a importância de um correto planejamento de todas as atividades e os recursos que um empreendimento necessita, em todos os momentos porque são poucas as chances de um sonho de negócio se tornar realidade. (WILDAUER, 2011, p. 39)

Segundo Rosa (2004, p.72) o plano de negócios “irá ajudá-lo a concluir se a sua ideia é viável e buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, produtos e serviços que tenho em vista oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores, e principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio”. Através do plano de negócios é possível obter informações detalhadas e precisas sobre o seu ramo de atuação, sobre seus concorrentes, sobre os possíveis clientes, sobre os produtos e serviços dos concorrentes, sobre os fornecedores, entre outras. Desse modo, o empresário pode ainda atestar a viabilidade do negócio, podendo fazer a tempo as mudanças necessárias caso seja necessário, o plano de negócios é um verdadeiro mapa que irá guiar os empresários para o sucesso da empresa.

Segundo com o SEBRAE (2012, p14) um plano de negócios pode “ajudar a buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio”.

O plano de negócios é uma ferramenta muito importante para o planejamento e crescimento da empresa. Porém, não basta apenas fazer uma pesquisa levantar dados e informações, é necessário procurar um especialista que irá auxiliar da forma correta na elaboração do plano de negócios e como ele será colocado em prática pelos empresários e por todos que trabalham na empresa.

Segundo Chiavenato (2007, p.252) “O plano de negócio — business plan — descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos, geralmente, para os próximos três ou cinco anos. A implantação de um plano de negócios visa promover melhoria e projetar todos os passos da empresa através de um planejamento assertivo voltado para a empresa em particular.”

2.7 GESTÃO DE EMPRESAS ATRAVÉS DO PLANO DE NEGÓCIOS

Apesar de vários casos de sucesso de empresas que não usaram ou não usam ferramentas de gestão, é importante analisar que a economia está sempre em constantes mudanças, e que a tecnologia é umas das grandes aliadas para o sucesso das empresas e os empresários que não utilizam as ferramentas de gestão estratégica, e o plano de negócios podem ter dificuldades em administrar a empresa. É importante que a empresa esteja se modernizado com o uso das redes sociais para poder atrair muito mais clientes e aumentar a visibilidade das pessoas, disponibilizado também acesso a informações a respeito da empresa.

Segundo Robert Kiyosaki (2006, p.127) “Uma grande diferença entre o dono de um pequeno negócio e o dono de um grande negócio é a compreensão da importância dos sistemas ou redes”. Uma empresa bem-sucedida é aquela que conhecer, se planejar e estudar os concorrentes e analisar seus futuros clientes.

Grande parte dos donos de empresas não sabem o que é um planejamento estratégico, e não conhecem um plano de negócios e os que já ouviram falar sobre plano de negócios tem uma crença errada de que plano de negócios é apenas para grandes empresas, a falta de informações e de pesquisas sobre a viabilidade do negócio é uma das grandes causas de falência das pequenas empresas em poucos anos de existência.

Segundo Telles, Matos (2013, p.30) “Todo empreendedor é por natureza um entusiasta e, como todo entusiasta, dificilmente enxerga as falhas e problemas.” Todo empreendedor sonhar em ter uma empresa de sucesso e ser prospero, mais o que poucos se atentam é que não importar o tamanho da empresa sem um plano de negócios a empresa tem mais chances de fracassar.

2.8 COMO MINIMIZAR OS RISCOS DE UMA EMPRESA COM O PLANO DE NEGÓCIOS

Um plano de negócios é uma ferramenta de planejamento cujo objetivo é orientar o empreendedor sobre como agir diante dos problemas que podem prejudicar a empresa. Quando o empresário trabalhar utilizando o plano de negócios, é possível fazer uma pesquisa de mercado e levantar informações muito importantes para descobrir se há ou não um mercado para seu produto ou serviço e se o empreendimento é viável ou não.

Porém, fazer um plano de negócios é uma atividade extensa e bastante complexa que exigirá tempo e esforço do empreendedor, não basta apenas se basear em modelos já existentes, é preciso muita pesquisa de campo. Pois cada plano de negócios é único e feito especificamente para as necessidades particulares de cada empresa, e fazê-lo errado pode ser uma perda de tempo e prejudicar o futuro da empresa caso seja tomada alguma decisão errada.

Segundo Chiavenato (2007, p.280) “O empreendedor não deve tocar o seu negócio a esmo, ao sabor dos ventos. É preciso ter um direcionamento, uma ideia

de futuro, quase um sonho a ser realizado e transformado em um empreendimento saudável e bem-sucedido. Para tanto, é preciso enxergar longe, rumo ao futuro pretendido". O plano de negócios é a melhor ferramenta para ajudar o empresário na tomada de decisões, orientado não somente para a tomada de decisões a curto prazo, mas também a longo prazo visado sempre o futuro da empresa nos próximos anos.

De acordo com Chiavenato (2007, p.348) "O planejamento determinar antecipadamente quais são os objetivos a serem atingidos e o que deve ser efetuado para alcançá-los da melhor maneira possível. O planejamento está voltado para a continuidade da empresa e focaliza o futuro". A sua importância está em definir os cursos de ação necessários para alcançar os objetivos da empresa. Sem o planejamento, a empresa ficará perdida no caos.

Segundo Chiavenato (2007, p.423) "A maioria dos pequenos e médios empresários costuma administrar custos e finanças de maneira intuitiva, por não terem formação nessas áreas. Até um determinado momento, essa intuição permite obter um bom desempenho." Ter conhecimento ou afinidade sobre o produto ou serviço que serão comercializados não é suficiente, é necessário buscar informações e conhecimentos, porque somente assim será possível que uma pequena ou média empresa, possa crescer e se destacar frente aos concorrentes sejam eles de pequeno ou grande porte.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo desenvolveu-se por meio de uma pesquisa quali-quantitativa, que é o tipo de abordagem que usa tanto os métodos qualitativos quanto os métodos quantitativos, para a realização de uma análise mais aprofundada sobre o tema pesquisado com objetivos de uma melhor percepção a respeito do assunto.

Creswell (2007, p.4) afirma que "um estudo tende a ser mais qualitativo do que quantitativo ou vice e versa. A pesquisa de métodos mistos se encontra no meio deste contínuo porque incorpora elementos de ambas as abordagens qualitativa e

quantitativa”. Através da pesquisa será analisado o comportamento das pequenas empresas diante do mercado ao qual estão inseridas, realizou-se, portanto, 8 (oito) entrevistas em 8 pequenas empresas localizadas em Imperatriz no Maranhão no primeiro semestre de 2022, também foi coletado dados do site da Junta Comercial de Imperatriz (JUCEMA), onde foi possível encontrar informações a respeito da quantidade de empresas que existem na cidade e o impacto econômico que elas trazem para a economia local.

A abordagem de pesquisa quali-quantitativa segundo Knechtel (2014, p. 106) “interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos”. As pesquisas qualitativas e quantitativas são complementares assim ajudando a compreender melhor os fenômenos investigados e auxiliando na interpretação das informações coletadas, as análises obtidas destes resultados podem gerar a proposta de intervenção, tem a finalidade de evidenciar os pontos mais críticos a serem trabalhados, e como pode ser resolvido o problema .

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 O PERFIL DO EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE IMPERATRIZ

Segundo a JUCEMA (2022, n.p.) “Em maio, o Maranhão alcançou o recorde de abertura de empresas em 2022 com 4.796 negócios formalizados. Um crescimento de 18% em relação ao mês de abril, quando a abertura foi de 4.051”. A cidade de Imperatriz tem como principal fonte de renda o comércio local, que a cada ano vem crescendo e ganhando mais destaque, pois ajuda na geração de empregos, e os beneficiários não são apenas os moradores da cidade de Imperatriz, como também dos municípios próximos que encontram nela oportunidades de negócios e melhoria de vida.

Empreender na cidade de Imperatriz é um grande desafio porque apesar de ser um grande polo e ter oportunidade para todos, ainda é grande o número de empresas que não obtiveram êxito e acabaram tendo suas atividades encerradas por falta de planejamento.

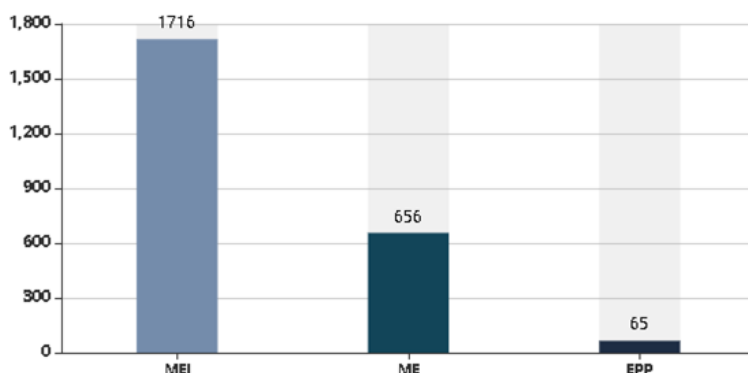
Segundo a JUCEMA (2022, n.p.) "Às cinco atividades mais procuradas pelos empreendedores em 2022 foram lojas de roupas, promoção de vendas, minimercados, restaurantes e comércio de bebidas". O grande número de empresas no mesmo nicho de mercado acaba tornando a oferta maior que a demanda, enquanto alguns setores são carentes de empresas outros já possuem empresas demais o que torna isso um fator negativo, e precisa ser avaliado antes de abrir uma empresa de qualquer setor na cidade.

Está pesquisa foi realizada inicialmente com a coleta de informações do site da JUNTA COMERCIAL DO MARANHÃO (JUCEMA).

Conforme os dados da JUNTA COMERCIAL DO MARANHÃO (JUCEMA), foram abertas 2.437 empresas em 2021 em Imperatriz.

Empresas Abertas Por Porte

Figura 1 — Empresas Abertas Por Porte

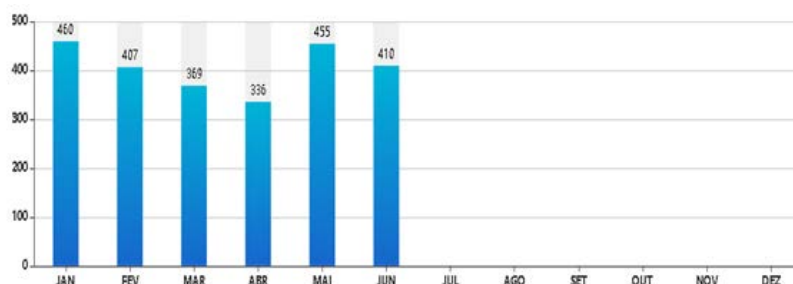


Fonte: Junta comercial do Maranhão 2021

Diante das informações pode se observar o grande destaque para MEI (Microempreendedor Individual) que foi o maior número de empresas abertas em um total de 1716.

Empresas Abertas Por Mês

Figura 2 — Empresas Abertas Por Mês

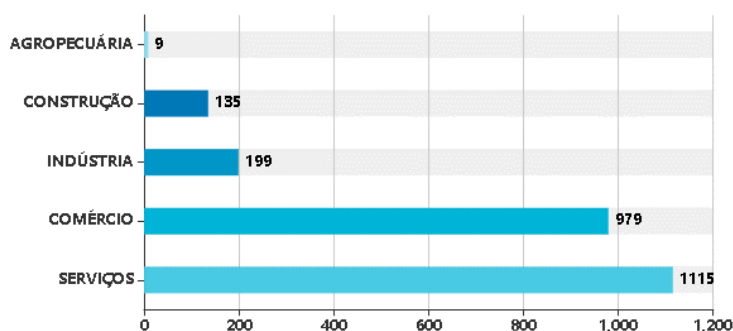


Fonte: Junta comercial do Maranhão 2021

De acordo com a tabela ou figura acima, o mês que mais teve abertura de empresas foi o mês de janeiro com 460 empresas abertas, e o mês com menos empresas abertas foi abril com apenas 336 enquanto, enquanto os meses de julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro do mesmo ano não tem nenhum registro de empresa abertas.

Empresas Abertas Por Setor

Figura 3 — Empresas Abertas Por Setor



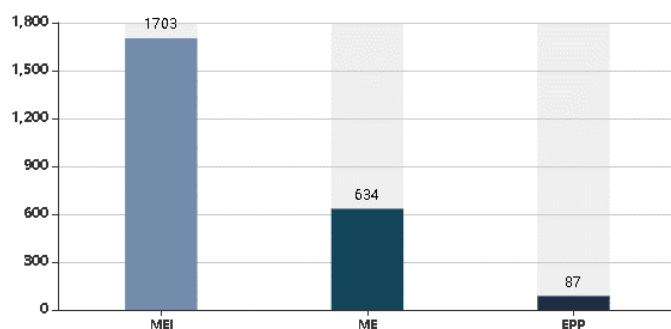
Fonte: Junta comercial do Maranhão 2021

O setor que mais abriu empresas foi o setor de serviços com 1115 empresas, o segundo com mais empresas abertas foi o de comércio com 979 empresas abertas. Ainda de acordo com JUNTA COMERCIAL DO MARANHÃO (JUCEMA), foram abertas 2.269 empresas em Imperatriz no ano de 2022, sendo 168 empresas a menos que no ano anterior, vale ressaltar que o balanço do ano de 2022 ainda não

foi finalizado podendo esses números sofrerem alterações no mês de junho e mês seguintes.

Empresas Abertas Por Porte

Figura 4 — Empresas Abertas Por Porte

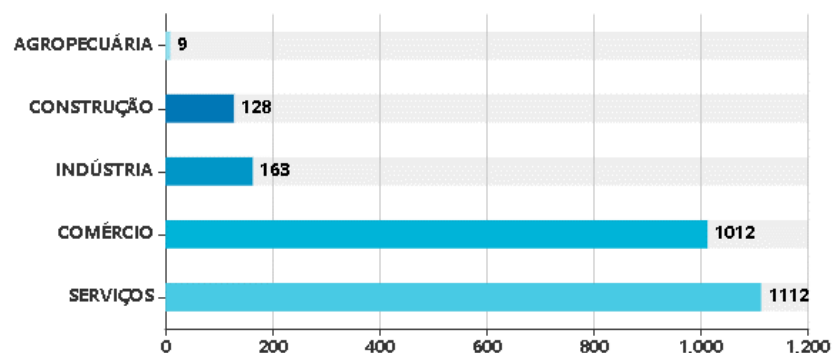


Fonte: Junta comercial do Maranhão 2022

Assim como no ano anterior pode se observar o grande número de empresas MEI (Microempreendedor Individual) que foram abertas em 2022 sendo um total de 1703 até o momento, pois não foi fechado o balanço recorrente ao ano.

Empresas Abertas Por Setor

Figura 5 — Empresas Abertas Por Setor

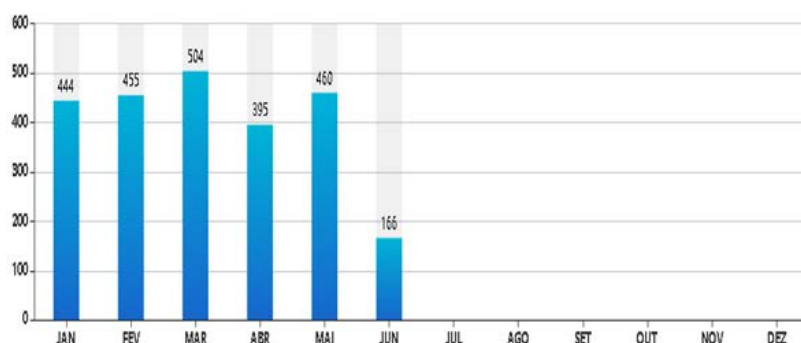


Fonte: Junta comercial do Maranhão 2022

O setor de serviços continua sendo o que mais abriu empresas com 1112 empresas, e o segundo com mais empresas abertas foi o setor de comércio com 1012 empresas abertas.

Empresas Abertas Por Mês

Figura 6 — Empresas Abertas Por Mês

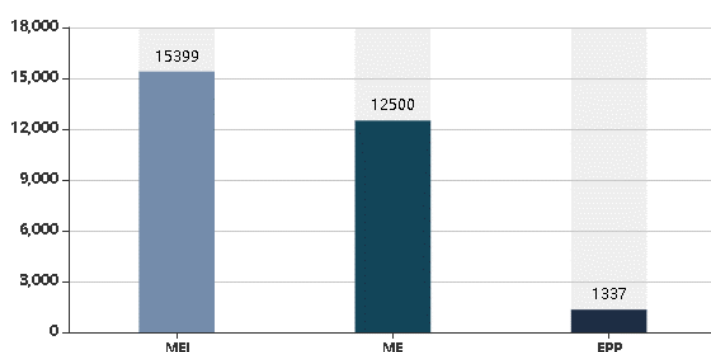


Fonte: Junta comercial do Maranhão 2022

Diferente do ano de 2021, o mês que mais teve abertura de empresas foi o mês de março com 502 empresas abertas, e o mês com menos empresas abertas foi junho com apenas 116 empresas até o presente momento, vale ressaltar que ainda não teve atualizações diante do fato que o ano ainda não acabou, e o levantamento de dados é anual. Atualmente na cidade de Imperatriz existe um total de 29.236 empresas ativas segundo os dados da JUNTA COMERCIAL DO MARANHÃO (JUCEMA).

Empresas Ativas Por Porte

Figura 7 — Empresas Ativas Por Porte



Fonte: Junta comercial do Maranhão 2022

Através das informações levantadas Microempreendedor individual (MEI) é o maior número de empresas na cidade movimentando a economia e gerando renda, diante disso precisa de uma maior atenção por ter mais dificuldades por ser uma pequena empresa.

A pesquisa de campo foi realizada com oito gestores e proprietário de pequenas empresas da cidade de Imperatriz que através das informações coletadas chegou no resultado obtido.

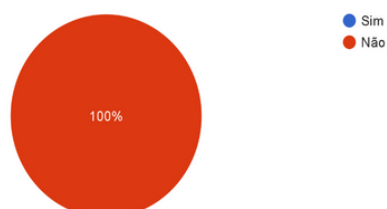
Figura 8 — 1. Pergunta



Podemos observar que diante das respostas é que 62,5% dos entrevistados conhecem a ferramenta plano de negócios, enquanto 37,5% não conhecem um plano de negócios o que mostra que a ferramenta é, sim, de conhecimento dos pequenos empresários da cidade.

Figura 9 — 2. Pergunta

Quando você abriu sua empresa buscou ajudar de algum consultor empresarial ?
8 respostas



Das oito pessoas entrevistadas todas responderam que não buscaram a ajudar de um consultor financeiro, o que demonstra que apesar do conhecimento de alguns sobre plano de negócios ainda é necessário o incentivo para os pequenos empresários sobre a importância de buscar a ajudar de um consultor empresarial.

Quadro 1 — 3. Pergunta O que levou você a decidir usar ou não o plano de negócios?

| | |
|-------------------|---|
| ENTREVISTADO A | respondeu que :Já possui conhecimento inicial necessário |
| ENTREVISTADO B | respondeu que :Sua importância no mercado atual |
| ENTREVISTADO C | respondeu :Não tive acesso a um plano de negócios |
| ENTREVISTADO D | respondeu: Não usei, por não ter um modelo de plano para seguir, e não saber fazer por completo um |
| ENTREVISTADO E | respondeu: Não tenho conhecimento sobre. |
| ENTREVISTADO F | respondeu: No início, falta de informação |
| ENTREVISTADO G | respondeu que: Eu conheço sobre o plano de negócio, mas não busquei ajuda de nenhum consultor nessa empresa que abri. |
| ENTREVISTADO H | respondeu que: Não o conhecia |

Fonte: pesquisa de campo realizada em 2022

O resultado obtido demonstrar que até mesmo quem tem conhecimento sobre plano de negócios não buscou elaborar um por falta de informações, ou até mesmo desinteresse em elaborar, por acreditar que não seria necessário para sua empresa.

Quadro 2 — 4. Pergunta Qual a maior dificuldade que sua empresa enfrenta atualmente?

| | |
|-------------------|--|
| ENTREVISTADO A | respondeu que :Aumentar escala. |
| ENTREVISTADO B | respondeu que :Falta de clientes |
| ENTREVISTADO C | respondeu :Financeiro/ organizar entradas e saídas, despesas fixas, comissões etc. |
| ENTREVISTADO D | respondeu: Vendas baixas |

| | |
|-------------------|------------------------------------|
| ENTREVISTADO E | respondeu: Nenhuma |
| ENTREVISTADO F | respondeu :Financeiro |
| ENTREVISTADO G | respondeu que: Capital de giro |
| ENTREVISTADO H | respondeu que :Controle de estoque |

Fonte: pesquisa de campo realizada em 2022

O que mostrar que a maior dificuldade enfrentada por essas pequenas empresas são problemas relacionados a falta de uma organização, e planejamento que poderia ser melhorado com ajudar de um plano de negócios que tem como principal função dá, um direcionado para os gestores sobre como melhorar suas empresas em todos os setores.

Quadro 3 — 5. Pergunta Atualmente se você pudesse e tivesse condições faria um plano de negócios? caso a empresa tenha plano de negócios, qual a importância dele na gestão da sua empresa? Quais as contribuições?

| | |
|-------------------|--|
| ENTREVISTADO A | respondeu que: Sim. Atualmente preciso realizar um para expandir o negócio. |
| ENTREVISTADO B | respondeu que :Faria um mais elaborado, entretanto dentro do meu orçamento. |
| ENTREVISTADO C | respondeu :Sim, Faria um plano de negócios |
| ENTREVISTADO D | respondeu: Faria um plano. É importante para ter um planejamento a ser seguido. |
| ENTREVISTADO E | respondeu :Faria |
| ENTREVISTADO F | respondeu :Faria um plano de negócio |
| ENTREVISTADO G | respondeu que: Sim. Porque ele te dar uma base na administração e gestão da sua empresa. |

| | |
|-------------------|---------------------------|
| ENTREVISTADO H | respondeu que :Sim, faria |
|-------------------|---------------------------|

Fonte: pesquisa de campo realizada em 2022

Nota-se que todos os entrevistados têm uma noção do quanto as empresas podem, sim, melhorar com o uso do plano de negócios e todos tem interesse, pois sabem que somente assim poderão ter uma empresa mais organizada e crescer financeiramente.

Quadro 4 — 6. Pergunta O que você acreditar que seja fundamental para o sucesso de sua empresa?

| | |
|-------------------|--|
| ENTREVISTADO A | respondeu: Pessoas |
| ENTREVISTADO B | respondeu que: Nunca desistir e trabalhar focando em um nicho de pessoas e produtos que saem bastante |
| ENTREVISTADO C | respondeu: Organização |
| ENTREVISTADO D | respondeu: Boa gestão em todas as áreas, uma equipe bem treinada. |
| ENTREVISTADO E | respondeu: Boa administração |
| ENTREVISTADO F | respondeu: Organização interna |
| ENTREVISTADO G | respondeu que: Capital de giro para compra de mercadoria, investir mais em marketing e capacitação profissional. |
| ENTREVISTADO H | respondeu que: Marketing, bom atendimento e controle de vendas. |

Fonte: pesquisa de campo realizada em 2022

Cada entrevistado tem uma visão diferente do que seja mais importante para suas empresas, porém todos demonstram que para o crescimento e sucesso de suas empresas é necessário investir em conhecimento, marketing e que para isso é necessário ferramentas que auxiliem em suas tomadas de decisões e melhorem a

organização como um todo, que através do uso de ferramentas de gestão eles poderão ter resultados positivos e verem suas empresas ganhar destaque.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos dados coletados no site da Junta Comercial do Maranhão (JUCEMA) nota-se que existe um número crescente de empresas de pequenos portes e que esse número vem crescendo a cada ano. Porém, à medida que essas novas empresas abrem também existe um número muito expressivo de empresas que encerram suas atividades com pouco tempo de atividade, e isso pode ter uma grande relação com a falta de informações dos seus gestores bem como a falta de um bom planejamento para auxiliar na tomada de decisões.

Através da pesquisa de campo concluímos que o entrevistado da empresa A possui um conhecimento a respeito do plano de negócios e que ele deixou bem claro que precisa de um plano para melhorar sua empresa, pois, ainda enfrentar problemas relacionados a escala de trabalho ele deseja expandir seu negócio e saber da importância das pessoas dentro de uma organização.

O entrevistado da empresa B sabe da importância do plano de negócios para o atual mercado do qual sua empresa está inserida, ele enfrenta o problema como falta de clientes em seu negócio, e falou da vontade de fazer um plano de negócios dentro do seu orçamento que ainda enfrenta problemas pelo número baixo de vendas e pensar nos problemas, sabe que precisa se manter focado no seu público-alvo buscando formas de melhorar suas vendas.

O entrevistado da empresa C falou que deseja fazer um plano de negócios e que para ele o que tem de mais importante dentro de sua empresa, é a organização interna e que o grande problema enfrentado por ele dentro da sua empresa é organizar o setor financeiro e o caixa da empresa.

O gestor da empresa D disse que enfrenta problemas relacionados a poucas vendas e que não buscou um plano de negócios, pois não tem informações necessárias a respeito, e que para ele ter uma equipe treinada e bem-preparada é a coisa mais importante dentro de uma empresa.

O entrevistado da empresa E diz que não tem conhecimento sobre plano de negócios, e que não enfrenta nenhum problema muito sério dentro de sua empresa, e que apesar disso sim faria um plano de negócios para melhorar a administração na empresa que é algo que considera muito importante dentro de uma organização.

O gestor da empresa F optou por não fazer um plano de negócios, pois disse que não tinha informações a respeito, e enfrenta dificuldades com o financeiro de sua empresa, e que tem interesse sim em fazer um, e que para ele a coisa mais importante dentro de uma empresa é organização interna.

O entrevistado da empresa G disse que tem conhecimento sobre plano de negócios, porém optou por não ter um, e enfrentar problemas com relação ao capital de giro da empresa e que atualmente faria sim um plano de negócios, pois acreditar que o plano de negócios é a base para uma empresa organizada.

E o entrevistado da empresa H disse que não saber o que é um plano de negócios e que não conhece a ferramenta, e que enfrentar um problema com o controle de estoque de sua empresa, e faria sim um plano de negócios agora que saber a importância de um, e que para ele o mais importante dentro de uma empresa é o bom atendimento, o marketing e o controle de vendas.

As informações coletada através da pesquisa de campo demonstram que a maioria conhece a ferramenta plano de negócios, porém o mesmo não é utilizado por pequenas empresas, pois ainda existe muito desinteresse por parte dos gestores, bem como também a falta de informações, e a dificuldade em ter acesso a um plano de negócios, aliado a existência de mitos que dificultam que esses pequenos empresários busquem a ajuda de um consultor financeiro, grande parte dos problemas enfrentado por eles seria amenizado.

Através do uso do plano de negócios essas empresas poderiam ter um grande progresso como a melhoria na gestão evitando assim que essas empresas encerrem suas atividades por falta de planejamento e de uma boa gestão, as informações certas podem auxiliar na tomada de decisões bem como proporcionar uma melhora na empresa na sua totalidade.

É necessário a existência de um incentivo para que esses pequenos empresários possam ter acesso a essas ferramentas de uma maneira mais fácil e com custos condizentes a realidade de cada uma, somente assim será possível melhorar os ganhos dos empresários e ajudar no desenvolvimento e crescimento dessas empresas que contribuir tanto com o crescimento da economia regional.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE AUGUSTO, Cleiciele *et al.* **Pesquisa Qualitativa**: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos do Saber (2007-2011). 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000400007. Acesso em: 8 ago. 2022.

BARON, Roberto A; SCOTT, A. Shane . **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Alltacks, 2007. Tradução de: Tonson Learnig.

BASTOS, Marcelo. **Análise SWOT(MATRIZ) Conceito e aplicação**. 2008. Disponível em: <https://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>. Acesso em: 5 ago. 2022.

BEZERRA, Filipe. **O que é planejamento e gestão estratégica?**. 2004. Disponível em: <https://www.portal-administracao.com/2014/06/planejamento-gestao-estrategica-o-que-e.html>. Acesso em: 5 nov. 2020.

BEZERRA, Juliana. **Empreendedorismo**. 2022. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/empreendedorismo/>. Acesso em: 1 jan. 2022.

CAMARGO, Robson. **Por que é tão importante usar ferramentas de gestão da qualidade?**. 2018. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/Por-que-e-tao-importante-usar-ferramentas-de-gestao-da-qualidade>. Acesso em: 28 jun. 2022.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **EMPREENDEDORISMO - DANDO ASAS AO ESPIRITO**: EMPREENDEDOR. 2 ed. São Paulo : Saraiva, f. 166, 2007. 332 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2003. 413 p.

CRESWELL, John W.. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativos, quantitativos e mistos. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Desconhecido. **EMPREENDEDORISMO**: Características do empreendedor brasileiro. 2021. Disponível em: <https://meusuccesso.com/noticias/empreendedorismo-o-que-e-conceitos-e-definicoes-guia-completo-1868/>. Acesso em: 5 ago. 2022.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 183 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 288 p.

ELEIGHT, Steve. **Como usar a tecnologia da informação**. São Paulo: Publifolha, 2000. 72 p.

FERNANDES, FÁBIO. **Empreendedorismo e estratégia**: harvard, business review. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo: Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 34, 1999.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Nacional, 2000.

GOBIRA, João. **Por que o empreendedorismo é tão importante**. 2021. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/por-que-o-empreendedorismo-e-tao-importante/>. Acesso em: 6 jun. 2022.

HENRIQUE ESCOBAR, Pedro. **Quais ferramentas de gestão podem ajudar a sua empresa ?**. 2021. Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/ferramentas-de-gestao/>.. Acesso em: 23 jun. 2022.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KIYOSAKI, Robert. **Empreendedor Rico**: 10 lições práticas para ter sucesso no seu próprio negócio. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2017. 336 p.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014.

LACOMBE, Francisco. **Teoria geral da administração**. Saraiva, 2009.

MASSUNO, Paulo. **Plano de Negócios**: O plano de negócios deve orientar as mudanças na empresa, a fim de direcionar e caminhar para excelentes resultados.

2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/plano-de-negocios>. Acesso em: 17 abr. 2020.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MEIRA, Silvio. **Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil**. Rio de Janeiro: Leya, v. 2, f. 188, 2013. 375 p. (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS).

MIRSHAWKA, Victor. **Empreender é a solução**. São Paulo: DVS, 2004. 298 p.

MONTENEGRO, Martinho **C. EMPREENDEDORISMO E INTRAEMPREENDEDORISMO**: a bola da vez. SEBRAE, 2018. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3055B130E0BFDA0D8325767700400E87/\\$File/NT00042DAA.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3055B130E0BFDA0D8325767700400E87/$File/NT00042DAA.pdf). Acesso em: 5 out. 2021.

ORLICKAS, Elizen da. **Modelos de gestão**: das teorias da administração à gestão estratégica. IBPEX, 2010.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: metodos e tecnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

RIES, Erick. **A Startup Enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. 1 ed. São Paulo: Lua de Papel, 2012. 210 p. (Texto Editores Ltda).

ROCHA, Marcelo; THEODORO, HANS; GONTIJO DORRENTEIJN, Maria José. **Empreendedorismo em negócios sustentáveis**: plano de negócio como ferramenta do desenvolvimento. São Paulo Peirópolis ;Brasília, DF: Instituto Internacional de Educação do Brasil , 2005.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio** : Organizado por Flávio Lúcio Brito; colaboradores Haroldo Mota de Almeida, Luiz Antônio Nolasco dos Santos, Mauro de Souza Henriques. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004. 98 p.

SEBRAE. **como elaborar um plano de negócio**. Brasília: Edição SEBRAE, 2013.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007. 67 p.

WILDAUER, E. W. **Plano de negócios**: elementos constitutivos e processo de elaboração. 2 ed. Curitiba: Editora IbpeX, 2011.