



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

ADAÍSA OLIVEIRA DE MOURA

**ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS
PARA EMPREENDEDORES INICIANTES**

ARAGUAÍNA-TO

2019

ADAÍSA OLIVEIRA DE MOURA

**ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS PARA
EMPREENDEDORES INICIANTEs**

Artigo apresentado à UFT - Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Araguaína para a obtenção do grau de Tecnóloga em Logística, sob orientação da Profª M.^a. Giane Lourdes Alves de Souza Figueiredo

ARAGUAÍNA-TO

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

M929e Moura, Adaisa Oliveira de.

Estratégias competitivas de gestão de negócios para empreendedores iniciantes. / Adaisa Oliveira de Moura. – Araguaína, TO, 2019.

22 f.

Artigo de Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2019.

Orientadora : Giane Lourdes Alves de Souza Figueiredo

1. Empreendedorismo. 2. Planejamento Estratégico. 3. Plano de Negócio. 4. Desafios e Dificuldades. I. Título

CDD 658.5

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

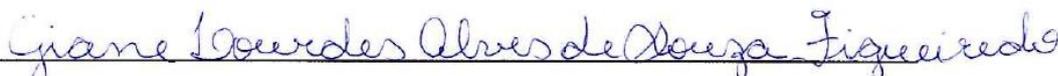
ADAÍSA OLIVEIRA DE MOURA

**ESTRATÉGIAS CÔMPETITIVAS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS PARA
EMPREENDEDORES INICIANTES**

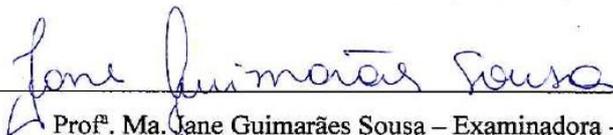
Artigo foi avaliado e apresentado à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Araguaína, Curso de Logística para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística e aprovado em sua forma final pela Orientadora e pela Banca Examinadora.

Data de Aprovação: 03/ julho /2019.

Banca examinadora:



Prof.^a. Ma. Giane Lourdes Alves de Souza Figueiredo (Orientadora) - UFT



Prof.^a. Ma. Jane Guimarães Sousa – Examinadora - UFT



Prof.^a. Esp. Marcia Thiely de Macedo – Examinadora - UFT

*Esse trabalho é dedicado à minha filha Pérola
Valentina Souza Oliveira, que mesmo ainda
existindo somente em meu ventre, me fez
entender que nunca podemos desistir de
absolutamente nada do que iniciamos ou
sonhamos, e a não adiar nenhum dos objetivos
pretendidos, afinal a nossa vida é tão alheia,
entre tantas emoções que sinto em relação a
experiência de ser mãe, a maior é a
perseverança e o acreditar que tudo é
possível.*

AGRADECIMENTOS

A minha gratidão a Deus por ter me guiado nesse percurso tão importante que foi a graduação, tenho a plena certeza que não poderia ter escolhido um curso melhor para o momento da minha vida.

A minha vida não existiria literalmente e eu não seria o ser humano que eu sou hoje e tenho orgulho, sem ela dona Deuzuita Mariza de Oliveira, minha mãe e um dos meus maiores amores. Não poderia deixar de citar os professores que conduziram as disciplinas e, conseqüentemente, me proporcionaram ter o conhecimento necessário.

Um carinho especial para a orientadora Giane Figueiredo que com toda paciência e gentileza me auxiliou nesse processo.

RESUMO

Diante do aumento da atividade empreendedora em um contexto geral e atual, o objetivo da temática apresentada é apontar aos futuros gestores sobre o que é ser empreendedor, abordar estratégias de gestão para o negócio e dificuldades que possivelmente encontrará na sua jornada empreendedora. Para obter o conhecimento necessário para a elaboração da produção textual, foi feita uma busca teórica sobre alguns dos temas relevantes envolvendo a estruturação e a implantação de uma empresa ou negócio. Apresentando ferramentas que possibilitam esclarecimentos, captação de informações essenciais, verificação de processos, melhoramento da ideia inicial para alcance real da viabilidade do negócio, além de fatores que possibilitam a visão lógica e sustentável da atividade empreendedora, bem como iniciar esse processo e como diminuir riscos possíveis, pois aponta principais fatores de risco para empreendedores iniciantes. Sendo assim, é possível fazer uma análise da responsabilidade de um empreendedor e do negócio antes de realmente colocar em prática.

Palavras-Chave: Empreendedor. Negócio. Ferramentas

ABSTRACT

In view of the increase in entrepreneurial activity in a general and current context, the objective of the theme presented is to point out to future managers what it is to be entrepreneurial, to address business management strategies and difficulties that you may encounter in your entrepreneurial journey. To obtain the necessary knowledge for the elaboration of the textual production, a theoretical search was made on some of the relevant topics involving the structuring and the implantation of a company or business. By presenting tools that enable clarification, capture of essential information, verification of processes, improvement of the initial idea to reach the real viability of the business, as well as factors that allow the logical and sustainable vision of the entrepreneurial activity, as well as initiate this process and how to reduce risks because it points out the main risk factors for beginning entrepreneurs. Thus, it is possible to do an analysis of the responsibility of an entrepreneur and the business before actually putting into practice.

Keywords: Entrepreneur. Business. Tools

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. EMPREENDEDORISMO	9
3. PLANEJAMENTO	12
3.1. Plano de negócio como estratégia competitiva	14
3.2. Matriz SWOT como ferramenta estratégica	15
3.3. Desafios e Dificuldades no empreendedorismo	16
4. METODOLOGIA	17
5. CONSIDERAÇÕES	18
REFERÊNCIAS	19

1. INTRODUÇÃO

Atualmente no Brasil empreender é um grande desafio devido a burocracia, alta carga tributária, falta de subsídios para financiar novos negócios, concorrência internacional, mudança constante na economia do país entre outros. Diante deste cenário, buscar conhecimento sobre o empreendedorismo e sobre meios de ser um empreendedor realmente eficaz na sociedade e no negócio é de grande importância, além de utilizar ferramentas de planejamento que funcionam como uma arma de diminuição de risco e de aumento da competitividade.

A prática de empreender envolve riscos e tempo, diante de uma ideia existente. Os empreendedores devem possuir ou aprender habilidades para criar, planejar, controlar e sustentar um empreendimento competitivamente, sendo necessário uma visão de diferentes ângulos no contexto empresarial. Por meio do processo empreendedor, que está intimamente ligado ao comportamento do empreendedor, se inicia as suas atitudes quando surge a ideia, e em seguida a gestão para efetivar a oportunidade de negócio por meio da análise da possibilidade de existência e sobrevivência da empresa.

O Planejamento de todo o esqueleto da organização é um fator extremamente necessário para a tomada de decisão e para a adequada implantação de processos, atividades, e toda a gestão da empresa, sendo também de suma importância para definição de parâmetros, e visão da totalidade do projeto em questão de viabilidade e recursos financeiros.

O Planejamento estratégico norteia as atividades da empresa voltadas para o crescimento na busca de eficácia e eficiência, pois serão essas ações a base do empreendimento e conseqüentemente serão fatores que influenciaram o sucesso ou fracasso além de estabelecer metas e objetivos a longo prazo, bem como também as ações e estratégias para alcançá-los.

Para tornar possível qualquer negócio, com o mínimo de segurança, é prescrito a criação de um plano de negócios, um estudo de dados essenciais para a empresa, pois auxilia o empreendedor a identificar o seu negócio e conseguir enxergar como desenvolver e como proceder para minimizar chances de risco e ter maiores possibilidades de sucesso. O plano de negócios é sustentado por diversas ferramentas que promovem a análise da futura empresa e administração dos recursos necessários para avaliar e tomar decisões. No decorrer do trabalho é discutido os pontos básicos para criar, organizar e administrar o negócio, servindo também com um guia para gestores que busquem informações para a abertura do próprio negócio.

O objetivo deste estudo é expor o que é o empreendedorismo, como ele funciona, como empreender com mais chances de sucesso, através da utilização da gestão de negócios por meio de ferramentas como o Planejamento Estratégico, o Plano de negócio, a Matriz SWOT além de alertar dos possíveis desafios e dificuldades do início do processo empreendedor. A utilização dos processos expostos, possui a aspiração de uma instrução inicial. No dia a dia do gestor encontrará técnicas para o cotidiano que se adequem ao seu modelo de negócio.

A finalidade é que os prováveis empreendedores encontrem direcionamento, e se conscientizem assim como eu, que aprendi na prática ao longo desses anos atuando nessa área como realmente é processo de abertura de negócio e o que é ser um gestor empreendedor.

2. EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo surge da reflexão de pensadores econômicos, no período compreendido entre os séculos XVIII e XIX, que defendiam o liberalismo econômico e afirmavam que o desempenho da economia eram consequências da concorrência e das forças exercidas pelo mercado pensadas através das transformações advindas da Revolução Industrial. Desde então, o empreendedorismo tem sido visto como o mecanismo de promoção da inovação e do desenvolvimento econômico (CHIAVENATO, 2007).

Dornelas (2008), também reconhece que o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza. E complementa que é o envolvimento de pessoas e processos que juntos transformam ideias em oportunidades, nas quais suas formas de implementação podem gerar empreendimentos de sucesso.

Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 8):

O empreendedorismo é um campo de estudo fascinante. Segundo pesquisas, os indivíduos que estudam o empreendedorismo têm de 3 a 4 vezes mais chances de iniciar seu próprio negócio e ganharão de 20 a 30% mais do que os estudantes de outras áreas.

Assim, quando se fala do tema empreendedorismo são criadas muitas expectativas referentes à criatividade, inovação, ao ato de empreender e no sentido de crescimento econômico, principalmente em torno daquele que o exerce. Conforme enfatiza Chiavenato (2007, p. 9) que “[...] empreendedores trazem, com a criação de novos negócios, inovação, oportunidades, empregos e riquezas, tornando a existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender um dos pilares do desenvolvimento econômico e social”.

Em uma visão macroscópica o ato de empreender é tido como fator essencial no crescimento do país, em virtude das perspectivas de geração de emprego e renda, podendo proporcionar melhoria geral para a sociedade. Porém, trata-se de um processo que envolve riscos e tempo em prol da execução de uma ideia para torná-la viável.

No processo de empreender é necessário ter uma boa ideia, logo depois planejá-la sistematicamente para identificar e analisar outros ângulos do negócio pretendido, buscando a melhoria e adequação do ponto de partida. Para isso, é preciso desenvolver ou obter informações, experiências e dominar a zona do negócio, no qual a ideia se transformará em oportunidade. Além disso, o empreendedor deve possuir atributos específicos para organizar e administrar o ciclo de vida do empreendimento desde o início com a abertura, crescimento, maturação e permanência no mercado.

De acordo com Dornelas (2008, p. 13) existem duas abordagens de empreendedorismo:

A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empresas e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores. A segunda seria o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora, mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Esses negócios, costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequadas e muitos fracassam bastante rápido, não gerando desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios.

Percebe-se que ambas as abordagens têm possibilidades de sucessos, assim como de fracassos, porém o empreendedorismo de oportunidade é exercido por alguém com características específicas empreendedoras e que busca estratégias bem planejadas com maior probabilidade de sucesso. Ainda em Dornelas (2008), as fases do processo empreendedor são: identificar e analisar as oportunidades, a criação do plano de negócio, mensurar e captar recursos e administrar o negócio.

O empreendedor deve apresentar características e habilidades que levem o negócio a ser competitivo, sustentável e lucrativo, além de ser um inspirador e motivador para o meio em que está inserido, tornando-se capaz de influenciar nas formas de trabalho, no comportamento e até na visão das pessoas envolvidas diretas ou indiretamente no processo.

Para enfatizar tais atributos, Chiavenato (2007, p. 4) ironiza ao afirmar que:

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil — desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais — inauguram novos negócios por conta própria e agregam

a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia.

Neste sentido, o empreendedor é aquele que faz a coisa acontecer, capaz de identificar oportunidades de negócios, possui perspicácia financeira, dotado de intuição e sensibilidade para transformar ideias em negócios que possam beneficiar a ele próprio e até mesmo o ambiente em que está inserido.

Schumpeter (1947, apud CHIAVENATO, 2007, p. 7) acrescenta que “[...] o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

Nesta perspectiva, o empreendedor é motivado, criativo, inovador, perseverante e com alto nível de vontade de fazer, habilidades que os deixa apto a adequar uma ideia mal estruturada em algo de sucesso.

De fato, o empreendedor deve possuir comportamento atento no presente e no futuro, devido às mudanças constantes do ambiente, logo deve ser visto como exemplo para as pessoas que pretendem seguir algum tipo de atividade empreendedora. (FILION, 2000)

Dornelas (2008) afirma que as habilidades de um empreendedor podem ser relacionadas em áreas técnicas, gerências e características pessoais. Drucker (2015, p. 210) aponta que, “a administração empreendedora requer práticas específicas pertinentes a estrutura organizacional, à provisão de pessoal e gerência, e a remuneração, incentivos e recompensas”.

Dentro das habilidades técnicas estão inseridas características de liderança democrática e conhecimento técnico da área. As gerências tratam do desenvolvimento e gestão de uma nova empresa nos aspectos administrativos. Dentre as qualidades pessoais estão: disciplina, coragem, ser inovador, ser apto às mudanças, persistente e visionário.

Em outra perspectiva Dolabela (2008) enfatiza que muitas características dos empreendedores são aprendidas, outras já existem no indivíduo e podem ser despertadas e desenvolvidas pela vontade própria de realizar os seus sonhos.

Conforme Dolabela (2008, p.29), “o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, é fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas”. Desse modo, o processo de empreender envolve responsabilidades sociais, políticas e econômicas, sendo um motor em constante movimento para a promoção de pessoas e, ainda, influenciando nos meios que elas se encontram.

Inserir o empreendedorismo culturalmente é uma forma das pessoas se tornarem parte de qualquer processo que cause transformação em um “todo” social, já que as organizações são sistemas de estruturas sociais propícias as mudanças, nas quais o empreender é o principal agente de mudança, “é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. (DOLABELA, 2008, p. 28)

A inserção da prática empreendedora está voltada a estimular o comportamento humano a influenciar o meio em que vive de maneira inovadora, dinâmica e sustentável para um bem comum de todos os envolvidos.

Portanto, o empreendedorismo vem mostrar que é possível realizar projetos que antes existiam somente em forma abstrata em uma realidade que tem por dever possuir uma aspiração de transformar todo o ambiente envolvido na cultura do empreendedorismo. Assim, empreender envolve não somente o processo de abrir uma empresa, ou criar um projeto, vai muito além, é um compromisso de buscar a melhoria do modo de vida dos sujeitos que são afetados pelo ser e, conseqüentemente, a ação de empreender.

3. PLANEJAMENTO

Estratégia é a palavra que tem origem do grego *strategos* (o que conduzia o exército).

As organizações utilizam as estratégias como um conjunto de vantagens competitivas que garante o alcance dos objetivos e melhor desempenho no mercado em relação aos concorrentes. O planejamento das estratégias visa reforçar o posicionamento da organização no mercado, proporcionando a satisfação ótima dos clientes. Muitos gestores confundem as estratégias com técnicas de gestão, embora que em muitos casos são eficientes nas melhorias operacionais, mas são incapazes de se tornarem vantagens sustentáveis por não estarem alinhadas as estratégias da organização (COBRA E FRANCESCHINI, 2012).

O planejamento das estratégias serve para viabilizar, sustentar e aumentar o poder de mercado por meio da gestão eficiente do negócio, na busca do desenvolvimento total da organização através da elaboração, atuação e melhoria contínua que possibilitem o crescimento da organização compatível com os seus recursos. Uma boa estratégia é aquela firmada de acordo com seus valores, missão e visão buscando o comprometimento com as pessoas envolvidas. Abrangendo a integração das operações em geral, além de criar e guiar os recursos direcionados para o alcance da eficácia e das metas previstas, podendo ser definido como ações planejadas de forma sistêmica na busca da vantagem competitiva.

Planejamento Estratégico é um processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para estabelecer a melhor direção a ser seguida pela empresa visando o otimizado grau de interação com ambiente e atuando de forma inovadora e diferenciada. (OLIVEIRA, 2004, p. 47-48)

Muitas organizações que definem suas estratégias sem analisar o nível de competitividade dos seus concorrentes e desconhecem a potencialidade do mercado em que atuam, estão despreparadas para enfrentar os riscos e desafios dos negócios e são propensas a entrar em falência.

Neste sentido, o planejamento estratégico não deve se concentrar apenas em questões financeiras e operacionais, devem também dar importância às maneiras de como atingir a efetiva competitividade, considerando ainda as premissas básicas da empresa como um todo, com coerência e sustentação decisória (MONTGOMERY E PORTER, 1998).

No intuito de auxiliar o desenvolvimento de estratégias competitivas, Michael Potter indica às indústrias cinco forças competitivas que são: novos entrantes potenciais, o poder de negociação dos fornecedores e dos compradores, ameaça de produtos ou serviços substitutos e a rivalidade dos concorrentes.

No caso, a finalidade da estratégia competitiva é definir os elementos e situações em que a organização possa atuar contra as forças competitivas e até influenciá-las a seu favor na busca por oportunidades das indústrias, mas que podem adequar-se a qualquer ramo de atividade.

Assim, a organização que planejar suas estratégias e tiver conhecimento das ações a serem implementadas, conforme os anseios que a empresa quer atingir, será necessário formular com o máximo de eficiência possível, tendo em vista que as decisões pré-estabelecidas pode beneficiar com a correta orientação para atingir seu propósito único, buscando as melhores oportunidades de expansão e desempenho futuro, conforme afirma Chiavenato (2007, p. 155) “o mercado recompensa o empreendedor que tem visão estratégica, criador de soluções e inovações, zeloso no atendimento ao cliente e que sabe como gerir o negócio com profissionalismo e seriedade”.

O Planejamento Estratégico deve ser elaborado para direcionar as ações da empresa diante do ambiente na qual está inserida, esse planejamento é feito de acordo com a ambição empresarial, ou seja, onde a empresa quer chegar, sendo necessário ser feito com o máximo de eficiência possível, tendo em vista que as decisões tomadas com base nesse planejamento serão determinantes para o alcance dos objetivos e metas almejados. Segundo Costa (2007), o plano estratégico necessita de objetivos e metas alicerçados para alcançar resultados a longo prazo,

sendo assim está voltado para uma visão mais ampla de ações e estratégias da organização em um contexto geral para o alcance de seus objetivos. É a visão abrangente das operações em geral da empresa buscando uma integração entre elas, além de criar e guiar os recursos direcionados para o alcance da eficácia e das metas previstas, gerando assim diferencial competitivo e aumento de resultados.

3.1. Plano de negócio como estratégia competitiva

O plano de negócio é um estudo realizado com o objetivo de estruturar uma ideia para abertura de uma empresa, ou para a auxiliar aos empresários a gerenciar negócios existentes.

De acordo com Bernardi (2010), o plano de negócio é de suma importância para o sucesso do negócio, sendo necessário seguir objetivos ajustados, recursos de acordo com a dimensão do empreendimento e avaliação da estrutura do negócio para análise de competitividade. O empreendimento tem maiores e melhores oportunidades de se manter no mercado, quando existe um planejamento sistematizado e bem elaborado, além do plano de negócios funcionar como um mapa de ferramentas e técnicas para direcionar a ideia e transformar-se em um negócio vantajoso.

Conforme Dornelas (2008), o plano de negócio serve para descrever um empreendimento e o modelo de negócio em que esse está baseado, sendo um documento que envolve no seu desenvolver, um processo de aprendizagem e autoconhecimento. O plano de negócio deve permitir a sua modificação constante e funcionar como um norteador da visão do empreendedor.

Sahlman (2002), relata que existem quatro fatores a serem avaliados, são eles as pessoas, que são todas as partes interessadas, a oportunidade que é a identificação real do que é o negócio, assim como os passos para a viabilidade, ao contexto, que está relacionado ao ambiente externo, a economia governamental e fatores mutáveis e não controláveis para o negócio e ao risco e recompensa que seria um balanço dos riscos e das oportunidades oferecidas pelo negócio.

Assim, qualquer plano de negócios possui suas regras de criação e utilização, porém pode ser modificado mediante a natureza do negócio, além de esclarecer a situação futura e atual do empreendedor. (DORNELAS, 2008)

O planejamento do negócio faz parte das principais funções administrativas voltada para antecipações de ações previstas na prática, buscando o maior índice de exatidão para resultados eficientes.

Bernardi (2010) relata que um plano de negócio deve responder à algumas perguntas, são elas: “Qual é o seu negócio? Onde estamos? Para onde vamos? Quais são os objetivos? Como vamos? É viável? Quais os riscos? ”. Essas variáveis só podem ser respondidas, com maior índice de precisão a partir da elaboração de um manual do negócio que roteirize as ações a serem seguidas e que traga o empreendedor para uma zona racional do negócio, podendo ter assim maiores chances de sucesso e estabilidade no mercado.

De acordo com o Sebrae (2014), as causas do fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida são a falta de planejamento prévio, gestão empresarial e o comportamento empreendedor. Ainda, segundo a pesquisa do Sebrae (2014), 55% das empresas não se preocuparam em elaborar um plano de negócios. Esses dados traduzem a importância do planejamento para o alcance dos resultados esperados, minimizar os riscos de fracasso, mensurar os recursos financeiros envolvidos e nortear o empreendedor para uma visão atual e futura.

Para Sahlman (2002), o plano de negócios deve apresentar desde surgimento da oportunidade até o alcance dos resultados proporcionados pela execução da ideia e, ainda, as incertezas que envolve a inserção de uma nova empresa no mercado e informações precisas consideradas indispensáveis para o sucesso.

O plano de negócio é essencialmente o processo de validação da ideia, que acontece quando é feito o planejamento detalhado da empresa e assim terá elementos para auxiliar a tomada de decisão nos diversos aspectos organizacionais, podendo ser visto como exercício de coerência pessoal devido posicionar o criador diante de várias questões importantes (FILION E DOLABELA,2000).

3.2. Matriz SWOT como ferramenta estratégica

A Matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities, Threats*) ou FOFA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) é uma ferramenta que permite as organizações analisar questões importantes para a sua sobrevivência no mercado, enfocando os elementos geradores das forças e fraquezas que compõem o ambiente interno, ou seja, dentro das organizações; e as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo (fora das organizações).

De acordo com Dornelas (2008), a análise SWOT serve para identificar os fatores críticos de sucesso, que possibilitam a obtenção de informações auxiliares no estabelecimento de metas e objetivos de maneira eficiente e assertiva.

Segundo Oliveira (2004), os pontos fortes são internos controláveis e trazem vantagem para a empresa no cenário atuante, os pontos fracos são dificuldades da empresa em relação ao seu ambiente interno, as oportunidades são questões externas, não controláveis nos quais a empresa obtém vantagem, as ameaças são analisadas externamente e apresentam as dificuldades enfrentadas pela empresa, posicionando o gestor dos seus respectivos gargalos e vantagens, ou seja de acordo com o resultado desse processo , é possível concentrar esforços em áreas que representem maior relevância e consequentemente desenvolver ações que aumentem sua competitividade.

3.3. Desafios e Dificuldades no empreendedorismo

A decisão de empreender exige comprometimento e perseverança para seguir em frente mediante as inúmeras dificuldades que aparecem, pois tudo deve ser ponderado buscando garantir prosperidade aos negócios e minimizar os empecilhos.

Dolabela (2008, p. 32) menciona que:

No mundo das empresas emergentes, a regra é falir, e não ter sucesso. De cada três empresas criadas, duas fecham as portas. As pequenas empresas fecham mais:99% das falências são de empresas pequenas. Se alguns têm sucesso sem qualquer suporte, a maioria fracassa, muitas vezes desnecessariamente. A criação de empresas é indispensável ao crescimento econômico e a o desenvolvimento social.

Por outro lado, é necessário saber quais as possíveis causas do insucesso e com cautela tomar decisões ponderadas de tal forma que possa evitar ou minimizar os danos e riscos que afetam o futuro dos negócios.

De acordo com (SEBRAE, 2016), a sobrevivência das empresas depende de diversas questões combinadas são elas:

A situação do empresário antes da abertura, o planejamento, dos negócios, a capacitação em gestão empresarial e a gestão do negócio em si. A probabilidade de fechamento é maior entre os empresários que estavam desempregados antes de abrir o negócio, que tinham pouca experiência no ramo, que abriram o negócio por necessidade/ou exigência de cliente/fornecedor, tiveram menos tempo para planejar, não conseguiram negociar com fornecedores, não conseguiram empréstimos em bancos, não aperfeiçoavam produtos ou serviços, não conseguiram empréstimos em bancos, não aperfeiçoavam produtos ou serviços, não investiam na capacitação da mão-de-obra, não buscaram inovar ,não faziam o acompanhamento rigoroso de

receitas e despesas, não diferenciavam seus produtos e não investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial. As dificuldades enfrentadas no primeiro ano de atividade foram falta de clientes (16%), falta de capital (16%), falta de conhecimento (12%), mão de obra (10%), impostos/tributos (6%), concorrência (4%), burocracia (4%).

Se tornar um empreendedor é um grande desafio, contando com todos os gargalos que são encontrados antes e no percorrer da jornada empreendedora. Procurar obter conhecimento e planejar-se é umas das maneiras de mapear o trajeto até o objetivo e diminuir as desvantagens diante do mercado e diante da gestão do negócio.

Todas essas medidas não garantem o sucesso do empreendimento, já que existem muitos fatores alheios ao empreendedor, ou seja, não é possível ter um controle absoluto, porém ter direcionamento, planejamento e uma visão ampla e lógica do processo empreendedor aumenta muito a garantia de sucesso. No decorrer do funcionamento efetivo da organização começam a serem vistas estratégias que funcionam para o seu negócio, que podem envolver o operacional, os recursos humanos, as finanças, as vendas, os fornecedores entre outros, que dependendo do ramo e do empreendedor é possível a criação de suas próprias formas de conduzir o negócio no cotidiano.

Ser um empresário empreendedor demanda de muita dedicação, acompanhamento e grandes esforços, porém todo o sacrifício é válido quando um sonho, uma ideia, se torna visível e possível. Quando se inicia o negócio, começa a ser percebido o quão realizado o indivíduo pode ser, se insistir e unir trabalho ao crescimento pretendido.

A satisfação de um cliente ao comprar um produto ou serviço que é oferecido pela empresa, possibilitar o sustento de pessoas empregadas, e, contudo, observar que o que era sonho, tomou forma e que aquele sonho era só o início de onde se pode chegar ao ser tornar um empreendedor e do quanto é possível influenciar pessoas positivamente a serem o que quiserem. Não desista, se planeje, trabalhe duro e vença.

4. METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como objetivo apresentar a futuros gestores informações sobre o que é ser empreendedor, abordando estratégias de gestão para o negócio e dificuldades que possivelmente encontrará na sua jornada empreendedora. Este tipo de pesquisa contribuiu para o entendimento dos conceitos de gestão e empreendedorismo e sobre o planejamento para a abertura e gerenciamento de uma empresa. Conforme Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa bibliográfica tem a finalidade de colocar o pesquisador em contato com o que já foi escrito e

dito sobre um determinado assunto. Para isso, a pesquisa bibliográfica foi utilizada, pois permite confrontar os resultados existentes, elaborar interpretações e construir conclusões que possam auxiliar da fase inicial do processo empreendedor, tendo como base livros, artigos científicos e publicações em sites da internet, usando criteriosamente fontes confiáveis, conforme enfatiza Fachin (2006, p. 120):

A pesquisa bibliográfica é um conjunto de conhecimentos reunidos em obras de toda natureza. Tendo como finalidade conduzir o leitor à pesquisa de determinado assunto, proporcionando o saber. Ela se fundamenta em vários procedimentos metodológicos, desde a leitura até como selecionar, fichar, organizar, arquivar, resumir o texto; sendo a base para as demais pesquisas.

Os autores que embasam a teoria do estudo são: Bernardi, Costa, Dornelas, Filion, Dolabela, Montgomery e Porter, Oliveira, Sahlman, Drucker entre outros que enriqueceram esta discussão.

5. CONSIDERAÇÕES

O interesse desta pesquisa foi possibilitar aos futuros gestores informações que possam proporcionar conhecimento sobre o empreendedorismo e de que maneira iniciar um negócio de forma direcionada para obter maior eficiência.

Dentre os objetivos está expor temas importantes para os interessados em participar do processo empreendedor, além de possibilitar um direcionamento de como se inserir no mercado, apresentando as estratégias iniciais que são entender o empreendedorismo, conhecer as habilidades de ser um bom empreendedor, conhecer o planejamento estratégico, analisar a viabilidade do negócio através do plano de negócios que contém análise de recursos operacionais, financeiros, mercado e da própria ideia, possibilitando a gestão eficiente dos processos para abertura da empresa estabelecendo possibilidades, identificando gargalos e assim produzindo indicadores que fazem o empreendimento ter um início de forma mais segura e embasada, diminuindo os riscos de fracasso.

A finalidade é que a partir do conhecimento da responsabilidade social do indivíduo empreendedor, do planejamento através das ferramentas expostas e da estrutura do plano de negócios, o empreendedor seja levado a pensar variáveis antes não reconhecidas, promover melhorias no projeto e imaginar o futuro do empreendimento, isso porque muito mais importante do que a abertura da empresa é a sobrevivência, estabilização e a competitividade no mercado.

Abrir um negócio é um grande passo, mas a grande conquista é transformá-lo em algo sustentável para as partes interessadas, alcançar sua fatia de mercado e desenvolver o meio social e econômico onde se encontra.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo, Saraiva, 2007.

COSTA, Elizeu Arantes da. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2 . Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COBRA, Marcos. FRANCESCHINI. Adélia. **Se eu fosse você, o que faria como gestor de marketing** . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. - Rio de Janeiro: Sextante,2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 Ed. Rio de Janeiro: Eselvier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios; tradução de Carlos Malferrari** - São Paulo: Cengage Learning, 2015.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 45, 60.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa Ideia! E agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P.,SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Tradução: Francisco Araújo da Costa. – 9. Ed. – Porto Alegre: AMGH, 2009.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas. 2010.

MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michel E. **Estratégia**: em busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Eselvier, 1998.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: Conceitos metodologia e práticas. 20. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SAHLMAN, William A. **Como elaborar um grande plano de negócios**. In. Empreendimento e Estratégia. Harvard Business Review; Tradução Fabio Fernandes. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history**. Journal of Economic History, Nov. 1947. IN CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo, Saraiva, 2007.

SEBRAE. **Causa Mortis**: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida. Disponível em:
https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.p.
Acesso em: 22 Mai. 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf> . Acesso em: 10 jun.2019