



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL  
DEP. ARY DE CAMARGO PEDROSO**

**Julia Maria do Nascimento Silva**

**Julia Zanuzzi**

**Tailane Gomes dos Santos**

**IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS E  
FINANCEIRAS EM UMA EMPRESA INFORMAL**

**Piracicaba**

**2023**

Julia Maria do Nascimento Silva

Julia Zanuzzi

Tailane Gomes dos Santos

## **IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS E FINANCEIRAS EM UMA EMPRESA INFORMAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Deputado Ary de Camargo Pedroso orientado pela Prof.<sup>a</sup> Eliana Helena Gonçalves da Silva como requisito para obtenção do título de técnico em Administração

**Piracicaba**

**2023**

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por nossas vidas, e por nos ajudar a ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo do curso.

Gostaria de agradecer a professora Eliana Helena Gonçalves da Silva por ter sido nossa orientadora e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade. E aos professores, por todos os conselhos, pela ajuda e paciência, com qual guiaram nosso aprendizado e todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para a realização desse trabalho.

À instituição de ensino ETEC Dep. Ary de Camargo Pedroso, que foi essencial em nosso processo de formação profissional, pela dedicação, e por tudo o que aprendemos ao longo dos anos do curso.

## RESUMO

O presente estudo tem como objetivo a elaboração de um planejamento, com o intuito de verificar a viabilidade da formalização de uma empreendedora voltada para o serviço de confeitaria na cidade de Piracicaba, São Paulo. Algumas habilidades são exigidas as pessoas que decidem se tornar empreendedores, como planejamento, liderança, negociação, resolução de problemas, entre outras. Com isso foi realizada uma pesquisa, com abordagem qualitativa, levantando dados e informações necessárias. Nesse sentido, é possível analisar que o plano de negócios pode ser usado como instrumento para implementação de ferramentas administrativas, que auxiliará o empreendedor a alcançar o sucesso desejado ou mostrará que o momento não é propício para o negócio desejado, assim evitando decepções futuras. Como resultado, foi possível evidenciar a importância do planejamento, assim mostrando o caminho mais adequado para a abertura e manutenção da empresa. Dessa forma foram escolhidas quatro ferramentas administrativas que juntas inseridas em uma empresa conseguem atingir os objetivos propostos, as ferramentas escolhidas para esse trabalho, foram: Canvas, Análise SWOT, KPI e 5W2H.

**Palavras-Chaves:** Administração. Ferramentas Administrativas. Empreendedora. Planejamento.

## **ABSTRACT**

The present study aims to develop a plan, with the aim of verifying the feasibility of formalizing an entrepreneur focused on the confectionery service in the city of Piracicaba, São Paulo. Some skills are required for people who decide to become entrepreneurs, such as planning, leadership, negotiation, problem solving, among others. With this, research was carried out, with a qualitative approach, collecting necessary data and information. In this sense, it is possible to analyze that the business plan can be used as an instrument for implementing administrative tools, which will help the entrepreneur to achieve the desired success or show that the moment is not right for the desired business, thus avoiding future disappointments. As a result, it was possible to highlight the importance of planning, thus showing the most appropriate path for opening and maintaining the company. In this way, four administrative tools were chosen that together in a company can achieve the proposed objectives. The tools chosen for this work were: Canvas, SWOT Analysis, KPI and 5W2H.

Key-Words: Administration, Administrative Tools, Plan, Entrepreneurship.

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 TEMA</b>	8
2.1 Objetivo Geral	9
2.2 Objetivo Específico	9
2.3 Problematização	9
2.4 Justificativa	9
2.5 Metodologia	10
2.6 Cronograma	11
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	12
3.2 Empreendedorismo	13
3.2.1 Administração Financeira	17
3.3 Marketing	19
3.4 Ferramentas Administrativas	21
3.4.1 Canvas	22
3.4.2 Análise Swot	24
3.4.3 5W2H	28
3.4.4 KPI	31
3.5 MEI	34
3.6 Ferramenta da administração	35
<b>4. ESTUDO DE CASO</b>	37
<b>5. PESQUISA</b>	39
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	44
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	47

## 1 INTRODUÇÃO

Ultimamente, o crescimento de microempreendedores no Brasil tem sido exponencial, por conta da instabilidade financeira principalmente, esse momento torna-se propício para a abertura de um negócio, seja por necessidade financeira ou para complementar a renda. Além, do desejo de ter a empresa, alinhado com a flexibilidade de horários e crescimento profissional, que são pontos positivos que contribuem para o crescimento de microempreendedores individuais (MEI).

A taxa de sobrevivência de novas empresas é outro indicador positivo do empreendedorismo no Brasil. Segundo o SEBRAE (2020) a cada 100 empreendimentos abertos, 73 sobrevivem os primeiros dois anos de atividade.

A principal chave para o sucesso do novo empreendedor é a criação de planejamento. Pois nele descrevemos os objetivos e seus passos para que seja alcançado seu objetivo e para diminuir riscos e incerteza. Assim permite identificar e restringir erros, antes de iniciar no mercado.

Esse trabalho tem como ideal verificar a viabilidade em retirar uma confeitaria da informalidade. Tendo como proposta para a confeitaria, organizar o financeiro, através da Administração Financeira, a aplicação do Marketing com foco nos 4P's, o uso de Ferramentas Administrativas, como: Canvas, Análise SWOT, 5W2H e KPI, para entender os objetivos e nicho da empresa afim de atingir o sucesso e consolidação no mercado e por fim sua formalização como MEI.

## 2 TEMA

O bom planejamento descreve os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados, para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

A empreendedora é uma confeitaria informal, que produz seus produtos em casa, faz doces em geral, com foco na qualidade de sua matéria-prima e embalagens personalizadas.

Os principais produtos ofertados são: pães de mel, brigadeiros, beijinhos, sendo estes disponibilizados em diferentes tamanhos e formatos.

É uma forma de empreender buscando sua independência financeira, horários mais flexíveis e não ter um patrão que controla o tempo todo. Ela gosta de empreender pois tem um sonho e plano de vida, que não se encaixam dentro das organizações atuais. Com a ocupação total do seu tempo na fabricação dos doces está sofrendo com o descontrole no planejamento do empreendimento, “problemas comuns” como: falta de conhecimento dos valores, definição inadequada do preço de venda, fluxo de caixa insuficiente, e planejamento inadequado do estoque. Ela pretende corrigir seu negócio e formalizá-lo.

Tendo como objetivo a melhoria de sua confeitaria, o foco é propor a reformulação do empreendimento iniciado de forma despretensiosa. Idealizaremos um plano de negócio, determinando a viabilidade da empresa, auxiliando em detectar as particularidades do mercado e possibilitar a ampliação e perspectiva do empreendimento para médio e longo prazo. Permitindo uma visão mais precisa das reais potencialidades de sua empresa.

A educação financeira para empreendedores é essencial para a gestão adequada das finanças da empresa e para o sucesso de seu negócio. Por meio dela, é possível realizar a organização e o controle financeiro para a melhor gestão do capital da empresa, bem como analisar custos, despesas e investimentos. Uma empresa financeiramente saudável consegue otimizar seus recursos, evitando desperdícios e manter o negócio funcionando. Além disso, é

capaz de otimizar processos, investir em crescimento, inovação e potencializar seus resultados.

Com educação financeira, os empreendedores ficam mais atentos aos números da empresa e, assim, conseguem: identificar oportunidades de investimentos, cortar custos desnecessários, negociar preços e obter descontos com o pagamento de taxas à vista.

## **2.1 Objetivo Geral**

Solucionar pontos negativos dentro da empresa, aplicando conceitos de administração, marketing e finanças e aperfeiçoando o empreendimento da doceria, usando ações corretivas.

## **2.2 Objetivo Específico**

- Contextualizar empreendedorismo e administração financeira;
- Colocar em prática plano de marketing (4 P's);
- Contextualizar as principais ferramentas da administração;
- Regularizar a empresa, fazendo sua formalização e MEI;
- Elaborar estudo de caso.

## **2.3 Problematização**

Verificamos que o empreendimento sofre com alguns problemas comuns, como: falta de conhecimento dos valores, definição inadequada do preço de venda, fluxo de caixa insuficiente, falta de planejamento e/ou planejamento inadequado do estoque.

## **2.4 Justificativa**

Toda empresa precisa de planejamento e noções de administração e finanças, baseado nisso pretendemos ajudar esta empreendedora informal a gerenciar melhor seu negocio, aplicando algumas ferramentas administrativas que podem alavancar seu negocio.

## **2.5 Metodologia**

Este trabalho tem como finalidade a realização de um estudo de caso com o objetivo de gerenciar e organizar o projeto de uma empreendedora no ramo alimentício.

Para atingir os objetivos propostos e testar as hipóteses experimentais formuladas, foi realizado um estudo bibliográfico, que constituiu na pesquisa de livros disponíveis online e impressos referentes ao tema de empreendedorismo, administração financeira e ferramentas administrativas e pesquisa via forms aberto ao público sobre o tema,

E no desenvolvimento de mídia digital usaremos o marketing como uma estratégia de venda utilizando os 4P's: praça, preço, produto e propaganda.

## 2.6 Cronograma

<b>Ações/Metas</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAI</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OUT</b>	<b>NOV</b>	<b>DEZ</b>
Orientação	<b>XXXXX</b>										
Leituras e Fichamentos	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>									
Definição do tema		<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>								
Planejamento	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>									
Objetivo/ Problematização/ Justificativa			<b>XXXXX</b>								
Metodologias/ Cronograma			<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>							
Elaboração pesquisa forms				<b>XXXXX</b>							
Referências Bibliográficas				<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>						
Correção do Planejamento			<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>						
Elaboração slides e formatação PTCC					<b>XXXXX</b>						
Apresentação do PTCC					<b>XXXXX</b>						
Referencial Teórico							<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	
Correções dos textos						<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>	
Aplicação do questionário e entrevista				<b>XXXXX</b>			<b>XXXXX</b>				
Análise do questionário e entrevista								<b>XXXXX</b>			
Introdução, Resumo e considerações Finais										<b>XXXXX</b>	
Verificação ortográfica/ formatação ABNT				<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>			<b>XXXXX</b>	<b>XXXXX</b>		
Preparação final para banca										<b>XXXXX</b>	
Apresentação (validação do tcc) para banca											<b>XXXXX</b>
Entrega Final											<b>XXXXX</b>

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 ODS

ODS significa Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. São uma série de metas estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) para serem alcançadas até 2030, com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável em diferentes áreas, como erradicação da pobreza, educação de qualidade, igualdade de gênero, entre outros.

Conforme Brasil (2023) os ODS, ou Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, são um conjunto de 17 metas globais estabelecidas pelas Nações Unidas como parte da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Essas metas foram adotadas por todos os 193 Estados-Membros das Nações Unidas em setembro de 2015 e representam um compromisso global para abordar uma série de desafios interconectados que afetam o planeta e suas populações.

Os ODS visam promover a prosperidade econômica, a igualdade social e a proteção do meio ambiente, buscando um desenvolvimento sustentável que atenda às necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades. Cada um dos 17 ODS aborda uma área específica de preocupação:



Figura 1- Exemplo de ODS (Fonte:PISCODELUZ, 2023)

O 8ª ODS (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) carrega a responsabilidade de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo, sustentável, empregado pleno, produtivo e um trabalho decente para todos. Como mencionado no item 8.3

Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros ODSBRASIL (2023, p.4)

A partir desses ODS iremos orientar a empreendedora, uma confeitaria informal, tendo como objetivo estruturar o desenvolvimento da formalização e o crescimento da microempresa como fonte de emprego e inovação, apresentando algumas ferramentas de administração e finanças.

### **3.2 Empreendedorismo**

Muitas pessoas acreditam que para ser um empreendedor de sucesso é necessário nascer com personalidade ou ter muito dinheiro, na verdade, empreendedor é uma habilidade, que pode ser desenvolvida em especializações e na prática.

Segundo Sebrae (2018, p.1) “Empreendedorismo é a habilidade que um empreendedor tem para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções inovadoras e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade”. No entanto, o empreendedorismo é uma atividade que contribui de inúmeras formas para o desenvolvimento de um país. Segundo Startse (2021, p.8) “Além de gerar mais empregos formais, o empreendedorismo ajuda a desenvolver novas tecnologias e a criar produtos e serviços de valor para o mercado de consumo”. As atitudes empreendedoras podem ser diversas, como, por exemplo, um projeto, um movimento social ou até mesmo uma empresa própria. Justamente por isso, a palavra passou a ser associada também a pessoas que iniciam um negócio, o que pode ser desde uma grande organização até a abertura de um MEI para atividades individuais.

Existem vários tipos de empreendedorismo para quem está com vontade de se arriscar. O primeiro passo é, obviamente, saber o rumo que você quer seguir. Veja abaixo, 8 dos principais tipos de empreendedorismo: (SEBRAE, 2022)

- Digital: O empreendedorismo digital é o processo de criar um negócio ou empreendimento online, utilizando tecnologias digitais e a internet como principais ferramentas.
  
- De negócios: O empreendedorismo de negócios é um processo de identificar oportunidades de negócio, desenvolver ideias inovadoras e criar um empreendimento.
  
- Corporativo: O empreendedorismo corporativo, também chamado de intraempreendedorismo, significa empreendedor dentro da empresa na qual você trabalha. Muito comum em startups, como objetivo de desenvolver mudanças e melhorias dentro das organizações.
  
- Social: Ser um empreendedor social é estar à frente de uma iniciativa de empreendedorismo que agregue valor social. Na prática, significa utilizar as características e ferramentas do empreendedorismo para viabilizar um negócio de impacto socioambiental.
  
- Verde: Esse tipo de empreendedorismo é caracterizado por ações empreendedoras que propõem melhorias de forma inovadora na preservação do meio ambiente e da sustentabilidade.
  
- Feminino: É o nome dado ao movimento que envolve negócios fundados, pensados ou comandados por mulheres, incluindo empresas com liderança feminina e, muitas vezes, com mulheres ocupando os cargos mais altos em sua hierarquia.

→ Individual: São negócios gerenciados normalmente por uma única pessoa, os chamados MEIs (microempreendedores individuais). Envolve diversos profissionais das mais diferentes áreas.

→ Cooperativos: é quando um negócio, em vez de ter somente um dono, possui inúmeros sócios que atuam de maneira conjunta em prol de seu desenvolvimento.

Empreender é uma palavra que faz muita gente sonhar. Afinal, a ideia tem muitos atrativos: ser dono do próprio negócio, ter habilidade de prosperar, viver novas experiências, e não depender de empregos em épocas difíceis. Hoje, é possível começar um negócio individual em casa, com o mínimo de investimento, qualquer pessoa pode começar a empreender, pois existem inúmeras possibilidades de negócios de todos os tamanhos e segmentos, não é preciso ter medo: qualquer pessoa pode ser um empreendedor(a) de sucesso. De acordo com Nuvemshop (2023) Começar a empreender é um passo emocionante, mas que requer planejamento e preparação. Aqui estão algumas etapas essenciais para começar a empreender:

I. Identifique sua ideia de negócio:

- Pense em suas paixões, interesses e habilidades.
- Considere problemas que você pode resolver ou necessidades que pode atender.
- Pesquise o mercado para avaliar a viabilidade de sua ideia.

II. Elabore um plano de negócios:

- Descreva sua ideia de negócio em detalhes.
- Analise a concorrência e o mercado.
- Estabeleça metas e estratégias.
- Determine a estrutura legal do negócio (por exemplo, empresa individual, sociedade, LLC, etc.).

- Crie um plano financeiro que inclua projeções de receita, custos e fluxo de caixa.
- III. Faça pesquisas de mercado:
- Entenda seu público-alvo e suas necessidades.
  - Identifique tendências e oportunidades no mercado.
  - Analise a concorrência e descubra como seu negócio pode se destacar.
- IV. Encontre financiamento:
- Avalie quanto capital você precisa para iniciar o negócio.
  - Considere suas opções de financiamento, como economias pessoais, empréstimos, investidores etc.
  - Desenvolva um plano de captação de recursos e apresente-o a possíveis investidores ou credores.
- V. Registre seu negócio:
- Escolha uma estrutura legal para seu negócio e registre-o de acordo com as leis locais.
  - Obtenha os licenciamentos e permissões necessários.
- VI. Crie uma presença online:
- Registre um nome de domínio e crie um site.
  - Estabeleça perfis nas redes sociais relevantes.
  - Use o marketing digital para atrair clientes.
- VII. Estabeleça uma estratégia de marketing:
- Desenvolva uma estratégia de marketing que inclua publicidade, mídias sociais, marketing de conteúdo, etc.
  - Identifique os canais de marketing mais eficazes para seu público-alvo.
- VIII. Cuide da gestão financeira:
- Mantenha registros financeiros precisos.
  - Estabeleça um sistema de contabilidade.
  - Monitore de perto suas finanças e faça ajustes conforme necessário.
- IX. Construa uma equipe (se necessário):
- Contrate funcionários ou parceiros quando apropriado.
  - Construa uma equipe com habilidades complementares.
- X. Esteja preparado para desafios:

- O empreendedorismo pode ser desafiador, por isso esteja preparado para lidar com altos e baixos.
- Aprenda com os erros e adapte-se conforme necessário.

Lembre-se de que empreender requer dedicação, paciência e resiliência. Esteja disposto a aprender e a se adaptar às mudanças no mercado. Buscar orientação de mentores e recursos locais pode ser valioso ao longo desse processo.

### **3.2.1 Administração Financeira**

“A administração financeira é considerada um conjunto de práticas com um objetivo de fazer uma boa gestão dos recursos de uma empresa. É ela que irá determinar se o seu negócio tem ou não uma vida financeira saudável”. (CELERO, 2022, p.3)

Conforme Embracon (2023) ela é responsável por planejar, controlar, analisar e gerir os recursos dos negócios, para que este possa ter cada vez mais rentabilidade. Envolve atividades como análise de investimentos, gestão do capital de giro, estrutura de capital e tomada de decisões financeiras. Portanto, a Administração Financeira vai ajudar os empreendedores garantir o controle e a eficiência dos recursos financeiros do negócio, permitindo uma melhor tomada de decisões, o planejamento adequado, a identificação de oportunidades de investimento e a sustentabilidade financeira da empresa.

Segundo o Sebrae (2018) empreendedorismo tem um grande impacto na gestão financeira de uma empresa. Quando um empreendedor inicia um negócio, ele precisa entender como gerenciar o dinheiro para garantir a sobrevivência e o crescimento da empresa. Uma das principais habilidades que um empreendedor deve ter é a capacidade de planejar e gerenciar orçamentos. Isso inclui a criação de um plano financeiro sólido, que leve em consideração o capital inicial, as despesas operacionais e os investimentos necessários para expandir o negócio. Além disso, o empreendedorismo também pode impactar a forma como a empresa lida com a contabilidade e o controle financeiro. Muitos empreendedores optam por terceirizar essas funções para empresas

especializadas, enquanto outros preferem manter essas atividades internamente. Em resumo, o empreendedorismo tem um grande impacto na gestão financeira de uma empresa. É importante que os empreendedores tenham habilidades sólidas de planejamento e gerenciamento financeiro para garantir o sucesso do negócio a longo prazo.

A educação financeira é o processo de adquirir o conhecimento e as habilidades necessárias para tomar decisões informadas e eficazes sobre questões financeiras. Ela desempenha um papel fundamental na vida de qualquer indivíduo, independentemente de sua idade, renda ou situação financeira. “Ela ajuda as pessoas entenderem como gerenciar suas finanças pessoais, planejar seus gastos, economizar dinheiro e investir de maneira inteligente”. (DERNIVAN, 2023, p.8)

A seguir os pilares da Educação Financeira: (SERASAEXPERIAN, 2023, p.1)

**Orçamento:** Entender e controlar seus gastos é fundamental. Criar um orçamento ajuda a acompanhar as receitas, despesas e a poupar para metas específicas.

**Controle de gastos:** Monitorar gastos pessoais e da empresa é fundamental para evitar endividamento e garantir a saúde financeira do negócio. Uma boa gestão financeira da empresa inclui separar as contas pessoais das empresariais.

**Poupança e investimentos:** Desenvolver o hábito de economizar dinheiro para ter uma reserva financeira e aplicar recursos em investimentos pode garantir a estabilidade do negócio em momentos de crise e construir riquezas ao longo prazo

**Planejamento financeiro:** Definir metas e objetivos financeiros a curto, médio e longo prazo é essencial para o crescimento do negócio. Isso inclui a realização de análises de crédito para clientes e fornecedores.

**Conhecimento e capacitação:** Investir em cursos de educação financeira e buscar informações em fontes confiáveis são formas de se manter atualizado e preparado para tomar decisões financeiras acertadas.

Lembre-se, ter uma boa educação financeira envolve práticas e hábitos saudáveis, pois ajuda as pessoas a tomarem decisões financeiras mais conscientes a gerenciar seu melhor dinheiro, a evitar dívidas desnecessárias e alcançar seus objetivos financeiros de longo prazo.

### 3.3 Marketing

Segundo Kotler (2010) Desenvolver o marketing é reconhecer seu público e saber a importância das estratégias humanizadas, fidelizar clientes, aumentar a visibilidade do produto é alma de todo desenvolvimento. Mas isso exige uma boa administração, atualmente a influência digital tem tido um poder enorme nas nossas escolhas, seja em roupas lugares e até mesmo no que consumimos.

Para ter um excelente desenvolvimento não se pode esquecer dos quatro pilares do marketing, os 4P's: Praça, Preço, Produto e Propaganda, sem eles não existe um crescimento estável do projeto.

A seguir uma breve descrição dos 4 P's:

- **Preço envolve decisões de:** Preço de lista, Formação do preço, Modelo de cobrança, condições de pagamento.
- **Produto envolve decisões de:** Qualidade, Características e opções (cores, tamanhos etc.), Design do produto e da embalagem e Linhas de produtos;
- **Praça envolve decisões de:** Canais de distribuição, Cobertura de distribuição e Pontos de venda;
- **Propaganda envolve decisões de:** venda pessoal; promoção de vendas; e publicidade;

Como diz Kotler (2016, p. 22):

A orientação para produto sustenta que os consumidores dão preferência a bens e serviços que ofereçam qualidade e desempenho

superiores ou que tenham características inovadoras. Entretanto, às vezes os gerentes se veem enredados em um 'caso de amor' com seu produto e podem cair em uma armadilha, acreditando que um produto melhor fará, por si só, com que as pessoas se acotovelem à sua porta. Assim como vários startups aprenderam do jeito mais difícil, um produto novo ou aperfeiçoado não será necessariamente bem-sucedido, a menos que tenha o preço certo e seja distribuído, promovido e vendido de forma adequada

Um produto bem desenvolvido tem o poder de criar nas pessoas a necessidade de adquiri-lo, por isso a inovação do marketing não pode parar, devido aos desejos imutáveis dos seres humanos e das datas sazonais.

Segundo Pereira, Santini (2017) as datas sazonais é uma das melhores artimanhas para desenvolver uma boa propaganda, pois elas carregam a responsabilidade de enfatizar os movimentos culturais que propõem a diversidade de comidas, danças, roupas e músicas típicas, e introduzir o marketing nesses períodos é uma grande jogada para gerar um grande lucro e conquistar vários públicos.

Quando as rotinas de comunicação massiva, normalmente aplicadas, não mais surtem efeitos, cabe destacar o "individual" das pessoas no âmbito de influência da empresa. Lembrar, então, uma data especial de interesse interno como o Dia do Médico, do engenheiro, proporciona uma oportunidade singular para o desenvolvimento de atividades de aproximação e entendimento. (FORTES, 2002, p. 493)

Se usarmos corretamente essas ferramentas podemos dar impulso a um grande negócio, criando um diferencial e conquistando o público-alvo com qualidade e inovações.

Quando se fala de propaganda automaticamente vem a questão do preço, além das datas sazonais os preços dos produtos constam muito na hora de adquiri-lo, pois do que adianta uma grande apresentação sem um valor adequado.

Dar atenção para o custo do cada produto é o fator primário no início de um planejamento, porque pelo custo saberemos qual valor aplicar sem perder ou assustar o consumidor.

Para os compradores, preços determinados também levam as perguntas difíceis de responder: Quanto será que este produto realmente vale? Será que o valor na etiqueta é preço certo para este produto? Isso pode ser especialmente complicado quando o produto é

algo que o consumidor jamais poderia fabricar em casa, como uma câmera digital. (RAJU, 2011, p.7)

### **3.4 Ferramentas Administrativas**

Em relação com o estudo ‘Sobrevivência das empresas no Brasil’ (SEBRAE, 2013), muitas empresas fracassam já nos primeiros anos de vida. Onde, cerca de um quarto dos empreendimentos criados no Brasil não sobrevivem aos primeiros dois anos de atividade. No entanto, ainda se tem a ideia de que um plano de negócios, que relacione uma estratégia bem desenvolvida e um amplo conhecimento de mercado, pode prever o sucesso de um empreendimento. Destacando que vivemos em um tempo marcado pela inconstância: globalização, crises econômicas, avanço da tecnologia e inteligências artificiais, dentre outros fatores, tornando o ambiente empresarial cada dia mais complexo.

É necessária uma abordagem que consiga atuar com dinamismo e incertezas presentes atualmente. Com isso, temos a questão problema: como inserir e alavancar novas empresas no mercado, a partir das ferramentas administrativas: Canvas, Análise SWOT, 5W2H e KPI a partir de um modelo de negócios.

O termo “modelo de negócios” existe aproximadamente há mais de 50 anos, mas sem uma ferramenta e vocabulário comum para conceituar as ideias de negócio, gerando confusão. Apenas em 2010 Alexander Osterwalder publicou o livro *Business Model Generation*, promovendo assim um conjunto estruturado de termos e conceitos (BLANK & DORF, 2012).

São ferramentas estratégicas com o objetivo de analisar os principais componentes do negócio (Canvas) e obter uma compreensão contextual do mercado e setor em que a empresa opera, olhando interna e externamente (Swot). Podendo ser usados em conjunto para obter um entendimento mais amplo da empresa e do mercado ao redor (CUOFANO, 2023).

Enquanto a ferramenta 5W2H tem objetivo de administrar as atividades, prazos e responsabilidades, definindo o que será feito, porque, onde, quem irá fazer, quando será feito, como e quanto custará. Podendo se unir ao KPI, que

consiste em medir se uma ação ou um conjunto de atividades está efetivamente atendendo aos objetivos propostos (GABRIEL, 2018).

### 3.4.1 Canvas

O Canvas é uma técnica de mapeamento visual (CARD, 1999), que envolve fundamentalmente uma visão conceitual e estratégica (SOUZA, 2008). Ele costuma ser impresso em tamanho grande e colocados em paredes de salas de reuniões, para uma constante visualização. Possuindo a função de monitoria dos processos, ajudando a checar regularmente os passos que já foram tomados e os que precisam ser tomados (SOUZA, 2008).

A figura 1 apresenta um exemplo de Canvas, que tem como objetivo sintetizar as principais informações estratégicas sobre um negócio, facilitando a compreensão de uma organização em termos de objetivos, atividades, parceiros, recursos etc.

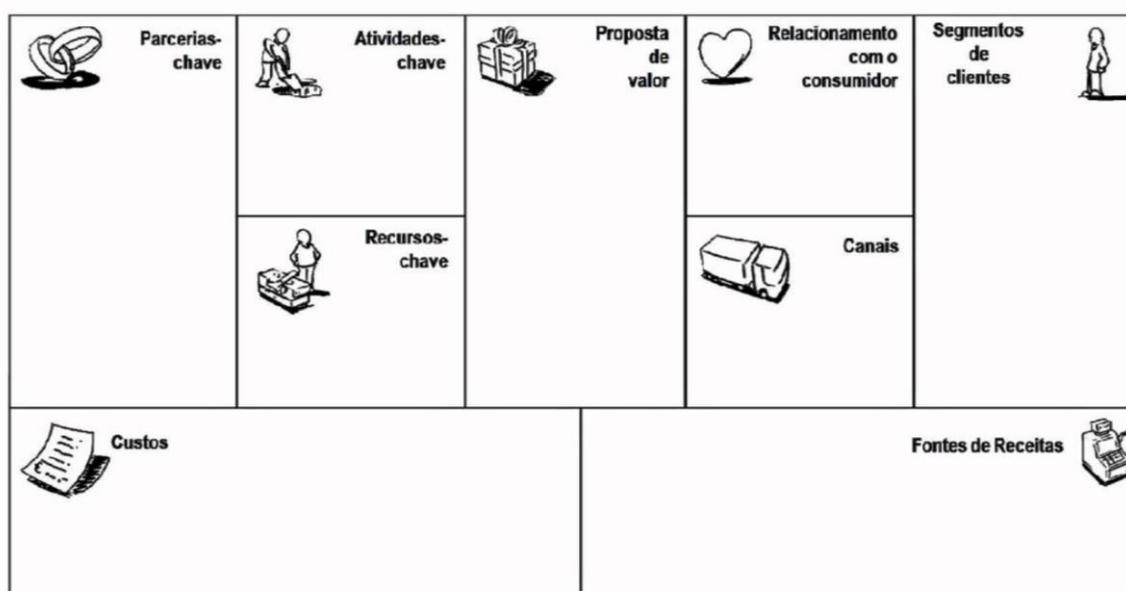


Figura 1 – Exemplo de Canvas (Fonte: Osterwalder e Pigneur, 2010)

Segundo Rabello (2023) a figura acima oferece uma visão global do Canvas, constituído por nove quadros integrados em quatro grupos que será comentado abaixo:

#### Infraestrutura:

→ Atividades-Chave: neste bloco são descritas as atividades mais importantes que devem ser realizadas para propor os valores da empresa.

Com isso, deve-se analisar quais atividades são necessárias para entregar valor ao cliente, considerando questões como seus canais de distribuição, relacionamento com o cliente, fontes de renda, etc.

- Recursos-Chaves: são os recursos necessários para executar as atividades-chave, entregando a *Proposta de Valor* ao cliente. É considerado como recurso os ativos da empresa, sendo necessário para manter e suportar a empresa, podendo ser humanos, financeiros, físicos ou intelectuais.
- Parceiras-Chave: aqui são descritas as redes de parceiros e fornecedores necessários na execução do modelo de negócio. É preciso notar que são seus principais parceiros e fornecedores-chave, assim como quais atividades-chave iram realizar e qual recurso-chave é obtido através deles.

#### **Oferta:**

- Proposta de Valor: onde fazemos a descrição dos produtos e serviços que iram representar valor para o cliente específico, ou seja, enfatizando como a empresa se diferencia de seus concorrentes e seus motivos para isso.

#### **Clientes:**

- Segmentos de Clientes: devemos definir qual será o público-alvo da empresa ou do serviço oferecido. Destacando que o consumidor é a peça fundamental do negócio.
- Canais: identificar qual descrição a empresa usará para se comunicar e fornecer seus produtos e serviços para seus clientes, incluindo todas as interfaces e canais que possuem (comunicação, distribuição, vendas).
- Relacionamento com o cliente: nesse bloco é necessário estabelecer os tipos de ligação que a empresa possuirá em seu segmento de mercado.

#### **Viabilidade Financeira:**

- Custos: é onde incluímos todos os custos decorrentes da implantação do modelo de negócio. Sendo facilitada após a definição dos recursos, atividades e parceiros-chaves.

→ Fontes de Receitas: aqui descrevemos como a empresa gerará receitas, considerando seu segmento de mercado e fluxo de caixa.

### **3.4.2 Análise Swot**

A análise SWOT segundo Araújo et al. (2015) é uma ferramenta estratégica usada para fazer análise de ambientes, e seus aspectos internos e externos, a fim de melhorar os planos de ação. Sendo usada para o planejamento estratégico, avaliação da situação da empresa e da sua capacidade de competição no mercado. Essa técnica ajuda na formação de estratégias competitivas através da identificação dos pontos fortes e pontos fracos, que são os fatores internos da organização, e as oportunidades e ameaças, que são os fatores externos da organização (SILVEIRA, 2001).

O modelo SWOT é importante para a empresa, pois tem como objetivo a lucratividade. E fornece a direção para o desenvolvimento de planos de marketing mais viáveis, além de integrar a identificação e desejo do mercado (ARAÚJO et al., 2015).

Análise dos pontos fortes e fracos; ameaças e oportunidades é uma ferramenta importante no planejamento estratégico, ajudando os planejadores a compararem os pontos fortes e fracos da organização com as ameaças e oportunidades externas. Essa análise dá uma visão crítica do ambiente interno e externo à empresa. (BOONE & KURTZ, 1998, p. 121)

A análise interna tem o objetivo de identificar através de técnicas de monitoramento verificar as principais oportunidades e ameaças que se colocam diante da organização, pois ocorre frequentes mudanças, entretanto, ter a percepção antecipada dessa mudança fará com que se aproveite melhor as oportunidades e tenha um impacto menor com as ameaças (SILVEIRA, 2001).

Para Nascimento (2009) a oportunidade é uma inclinação a uma determinada tendencia, produto ou serviço que aparece quando a empresa consegue lucrar através do atendimento dos desejos e necessidades do cliente, onde não é superada por seus concorrentes. Enquanto para Lima (2016) são pontos positivos e estão ligados ao ambiente em que a empresa se encontra ou deseja alcançar, onde não é possível ser controlado pela empresa, mas ao mesmo tempo está ligado diretamente a suas tomadas de decisão no plano estratégico.

Alguns exemplos de oportunidades, segundo Lima (2016):

- Financiamento especial bancário;
- Vendas de produtos com determinada estação anual;
- Queda do dólar, permitindo a importação de matéria primas, ou de cursos específicos.

As ameaças são aspectos externos que impactam diretamente a empresa e não podem ser controladas, elas podem prejudicar o desenvolvimento da organização e acarretar perda de posicionamento no mercado. (LIMA, 2016, p.12)

Com isso, segundo o autor as ameaças podem trazer diversos problemas para a organização, diminuindo suas receitas e atividades

Alguns exemplos de ameaças:

- Alta taxa de juros;
- Instabilidade política;
- Aumento dos combustíveis.

Silveira (2001) destaca que em relação a análise externa, seu objetivo é identificar os principais pontos negativos e positivos da empresa, tirando proveito das forças reduzindo ao máximo as fraquezas existentes. A análise SWOT é feita através da análise do ambiente, o entendimento dos fatores externos e internos, obtendo com isso uma listagem dos pontos fortes e fracos, das oportunidades e ameaças presentes nos ambientes, interno e externo da empresa. Segundo Silveira (2001, p. 213) “o entendimento dos fatores externos (oportunidades e ameaças) e dos internos (pontos fortes e pontos fracos) contribui para formação de uma visão de futuro a ser perseguida”.

Especificamente segundo Miller (2002), as forças e fraquezas podem ser encontradas analisando o ambiente interno de uma empresa, ou da concorrente. Já as oportunidades e as ameaças estão presentes no mercado geral. É importante, por exemplo, ao tentar prever a estratégia futura de uma concorrente, por isso, é indispensável obter o máximo de informações sobre tudo que compõe o ambiente interno e externo da empresa. “O primeiro passo para um bom estudo do tipo SWOT é colher e absorver informações secundária sobre a empresa que se está analisando e sobre o setor econômico que integra”. (MILLER, 2002, p. 116)

Para Freitas (2012), as forças são características internas de uma empresa, podendo gerar vantagens sobre seus concorrentes, pois é um diferencial e facilita a busca de seus objetivos.

Lima (2016), aponta que são pontos positivos, e é necessário que sejam explorados ao máximo, a fim de levar a empresa a alcançar sua missão e minimizar suas fraquezas.

A seguir, alguns exemplos de forças de uma empresa:

- Profissionais altamente treinados;
- Localização invejável;
- Equipamentos modernos;
- Alta gestão e demais setores envolvidos na busca pelos objetivos.

A fraqueza é um traço interno da organização, que necessita ser melhorada e controlada, pois ela coloca a empresa em uma situação de risco se comparada aos seus concorrentes, assim sendo difícil buscar pelos seus objetivos (FREITAS, 2012).

De acordo com Lima (2016), a fraqueza coloca a empresa em uma situação desconfortável, sendo preciso combater sempre que é identificada, assim evitando que a empresa perca sua competitividade no mercado.

Destaca-se alguns exemplos de fraquezas:

- Excesso de erros na produção;
- Salários defasados;
- Liderança despreparada;
- Maquinário obsoleto;
- Falta de planejamento.

O modelo SWOT é um tipo de análise imensamente útil para definir qual será a estratégia adotada pela empresa para atingir suas metas. “Depois de ter realizado uma análise SWOT, a empresa pode estabelecer metas específicas para o período de planejamento”. (KOTLER & KELLER, 2006, p. 52)

A aplicação da análise SWOT, destina-se a avaliação preliminar de cenários divididos em: ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente

externo (Oportunidades e Ameaças). Considera como ferramenta intrínseca no apoio à tomada de decisões e em qualquer planejamento estratégico. A análise SWOT permite sobre os vários aspectos organizacionais, visualizar a posição atual da empresa, geralmente relacionada aos fatores internos e questões que dizem respeito a processos decisórios no que tange a antecipações de eventos que possam vir a ocorrer no futuro. (KOTLER & KELLER, 2006).

Outro ponto relevante é que através desta análise a organização poderá confirmar e até mesmo ratificar a missão da organização impedindo assim possíveis dispersões, incerteza e indefinições dos processos.

“A aplicação da técnica pode ser feita por indivíduos ou por equipes. O desenvolvimento por meio de equipes é particularmente interessante por proporcionar, potencialmente, maior diversidade e de riqueza de detalhes”. (SILVEIRA, 2001, p. 213)

Nesta análise, enfatiza a imparcialidade dos envolvidos, podem surgir diversos pontos estratégicos a serem utilizados pela empresa originados de práticas comportamentais como brainstorming, técnica do grupo nominal, grupo focal, questionários e entrevistas. Os dados e as informações utilizadas pelos analistas devem possuir caráter mercadológico abrangendo os vários ramos e suas particularidades do âmbito organizacional. O quadro abaixo apresenta os conceitos e os exemplos relativos a cada fator da análise SWOT que devem ser analisados seguindo os tópicos que direcionarão qualquer esforço no planejamento, decorrente do processo analítico. (SILVEIRA, 2001)

**Quadro 1:** Conceitos e exemplos dos fatores de uma análise SWOT

Fatores para análise	Conceito	Exemplos
Pontos Fortes ( <i>Strengths</i> )	Fatos, recursos, reputação ou outros fatores, identificados com o ambiente interno, que podem significar uma vantagem da organização em relação aos concorrentes/ ou um diferencial no cumprimento de sua missão; recursos ou capacidades que a organização pode usar efetivamente para alcançar seus objetivos; competências distintas	Recursos financeiros, liderança aberta a mudança, clima organizacional, tamanho e lealdade da base de clientes, itens de diferenciação de produtos e serviços, margem de retorno, economia de escala

Pontos fracos ( <i>Weakness</i> )	São deficiências ou limitações que podem restringir o desempenho da organização, identificados com o ambiente interno	Inabilidades técnicas ou gerenciais, inadequado controle de custos, obsolescência de métodos e/ou equipamentos, endividamento incompatível com o fluxo de caixa, alto índice de <i>turnover</i> , falta de definições estratégicas, vulnerabilidade à competição
Oportunidades ( <i>Opportunities</i> )	São fatos ou situações do ambiente externo que a organização pode vir a explorar com sucesso	Novas tecnologias, tendências de mercado, novos mercados, novos produtos, créditos facilitados, alianças estratégicas, produtos complementares
Ameaças ( <i>Threats</i> )	Antíteses das oportunidades são situações do ambiente externo com potencial de impedir o sucesso da organização	Novas tecnologias, tendências de mercado, legislação restritiva, novos competidores, taxa de juros, abertura de mercado

**Fonte:** Silveira (2001, p. 214)

### 3.4.3 5W2H

A praticidade e eficiência do 5W2H é a principal característica da aplicabilidade desse método, neste sentido, tanto Rabelo (2014) quanto Nakagawa (2013) afirmam que a ferramenta 5W2H é simples e bastante utilizada que não há uma concordância sobre quem a desenvolveu.

Com relação a sua origem Sasdelli (2013) e Kaminski (2013) alegam que em algumas literaturas a ferramenta foi atribuída a Marcus Fabius Quintilianus, devido esse autor haver escrito o tratado da oratória entre os anos 30 e 100 D.C..

Neste tratado se observa que para garantir a compreensão do público era necessária a utilização de um conjunto de perguntas. Os mesmos autores afirmam que estas perguntas seriam derivadas das iniciais das palavras no idioma inglês, como What (o quê?), When (quando?), Why (porque?), Where (onde?) e Who (quem?) e o 2h, à palavra How (como?) e a expressão How Much (quanto custa?).

Já Pacaiova (2015) afirma que o método 5W2H foi desenvolvido originalmente pelo inventor e empresário japonês Sakichi Toyoda.

Completando essa afirmativa, Silva et al., (2013) diz que a ferramenta 5W2H foi criada por profissionais da indústria automobilística do Japão como uma ferramenta auxiliar de outras ferramentas de gestão, principalmente na fase de planejamento.

Porém, não entraremos no mérito da concordância da origem correta, importa mais a compreensão do método, a aplicabilidade e funcionalidade da referida ferramenta nas ações a serem executadas pela empresa do estudo de caso.

Segundo Bragança & Costa (2015) essas ações podem ser planejadas usando apenas as sete perguntas-chaves: o que vai ser feito, por quem, onde, quando, porque, quanto vai custar e como é que vai ser feito para resolução do problema.

Para Nakagawa (2014), **What?** Significa uma ação ou atividade que deve ser executada ou o problema ou o desafio que deve ser selecionado; **Why?** Caracteriza-se pela justificativa dos motivos e objetivos daquilo estar sendo executado ou solucionado; **Who?** define quem será o responsável pela execução do que foi planejado; **Where?** configura a informação sobre onde cada um dos procedimentos será executado; **When?** vem ser o cronograma sobre quando ocorrerão os procedimentos; **How?** deve explicar como serão executados os procedimentos para atingir os objetivos pré-estabelecidos; e **How Much?** Representa a limitação de quanto custará cada procedimento e o custo total do que será feito, como mostra no Quadro 2.

**Quadro 2:** Princípios do método 5W2H

5W	What	O quê	O que vai ser desenvolvido?
	When	Quando	Quando a ação será desenvolvida?
	Why	Porquê	Por que foi definida esta solução ? (resultado esperado)
	Where	Onde	Onde a ação será desenvolvida ? (abrangência)
	Who	Quem	Quem será o responsável pela sua implantação?
2H	How	Como	Como a ação deve ser conduzida? (passos da ação)
	How much	Quanto	Quanto custará?

**Fonte:** Adaptado de Nakagawa, Marcelo. (2014); Pacaiova, hana. (2015)

A respeito da facilidade de utilização do método 5W2H, Silva et al., (2013) afirma que por ser muito simples, eficaz, cuidadosa e objetiva, garante a sua execução de forma organizada.

Também neste sentido, Grosbelli (2015) descreve que o método 5W2H é tão simples que o procedimento de aplicação da ferramenta pode ser realizado através do preenchimento de seu quadro. Isto pode ser feito em um formulário de editor de texto ou planilha para a elaboração do plano de ação.

Para Sasdeli (2013) a tomada de decisões se baseia em resultados após análises dos registros das informações levantadas. Ele enfatiza que para a identificação de causas de problemas serão necessárias aplicações de técnicas ou de ferramentas para que haja debate entre as partes interessadas de modo que os dados obtidos reflitam realmente o que ocorre no processo.

A ferramenta 5W2H pode ser um suporte para implementação de uma empresa, pois permite de forma simples a garantia de que as informações

básicas sejam claramente definidas e as ações propostas sejam minuciosamente executadas (LISBOA, 2012).

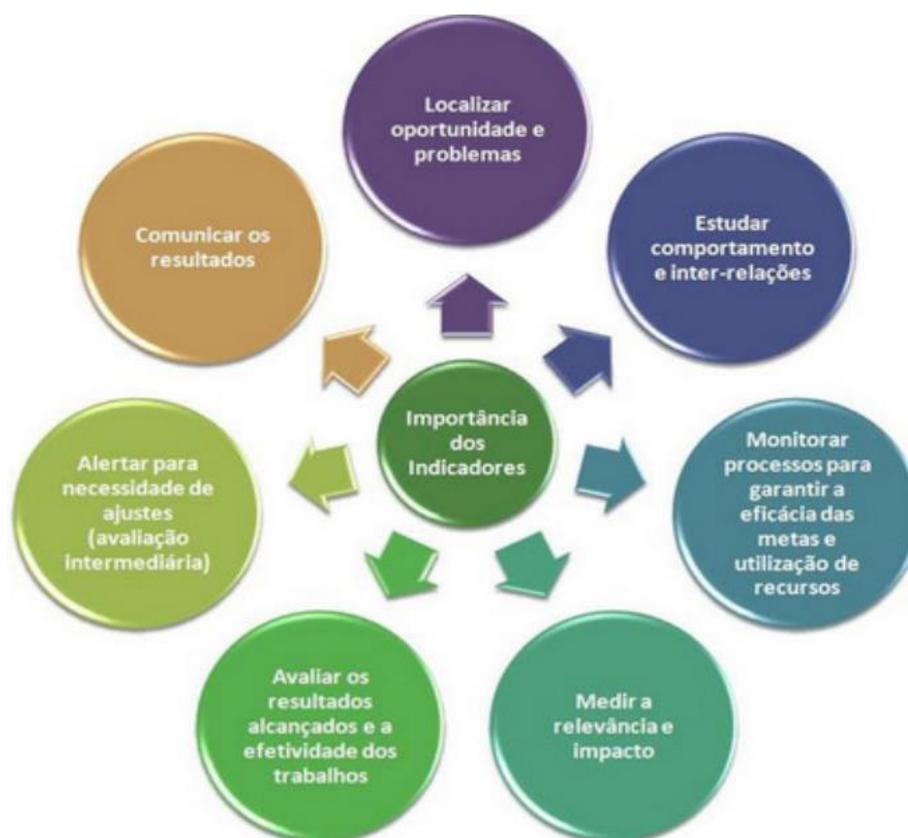
Segundo Barbosa et al., (2016) o método 5W2H é útil na análise das situações em que há necessidade de verificar a ocorrência de um problema e no desenvolvimento de um plano de ação.

Ainda em relação aos benefícios de utilização do método 5W2H, o mesmo autor cita que dentre os principais, destacam-se a agregação de valor aos produtos, garantia de qualidade, aumento de vendas e desenvolvimento geral dos setores.

#### **3.4.4 KPI**

KPI é a sigla de Key Performance Indicator, uma estratégia de gestão conhecida em português como Indicador-chave de Desempenho. São ferramentas de gerenciamento para se executar a medição e o resultante nível de desempenho e sucesso de administração dentro de uma empresa ou de um determinado sistema, destacando no “como” e designando quão bem os processos dessa organização, concedendo que seu objetivo seja obtido.

**Figura 2:** Indicadores de Desempenho



**Fonte:** Experiencia e Conhecimento em Gerenciamento de Projetos.

O objetivo dos indicadores de desempenho é medir o que está sendo realizado e gerenciar de forma adequada para o cumprimento das metas ou departamentais propostas. Os KPI's implicam numa cultura organizacional de melhoria de desempenho e permitem que os gestores de uma organização se comuniquem aos seus liderados o quão ágil um processo é e como seu desempenho está sendo realizado ao longo de um tempo estabelecido. Obtendo demais informações, cabe ao gestor responsável e sua equipe traçar planos de ação para o alcance de determinadas metas ou até mesmo utilizar-se dos KPI's para se inteirar se estão ou não na direção correta.

O processo mais difícil na elaboração de um KPI talvez seja a determinar as metas que se pretende alcançar. Segundo Padoveze (2010, p 337):

Podemos definir indicador de desempenho como um conjunto de medidas financeiras e não financeiras preestabelecidas pela administração, que servirão como metas a serem alcançadas ou superadas, para controle de desempenho da empresa e dos gestores.

É necessário saber precisamente onde quer chegar e o que é significativo ao seu processo. Segundo Padoveze (2010, p. 352) os KPI's dependem tanto

da estratégia de negócio como da metodologia escolhida para governança, mas a definição dele é mais impactada pelo tipo de análise que será realizada.

Os KPI's facilitam a difusão da visão e missão de tal empresa para uma equipe que não desempenha cargos excelentes. No entanto, todos os funcionários de diversas escalas hierárquicas são atraídos pelo compromisso de alcançar alvos estratégicos dimensionados por uma empresa. Um indicador chave de desempenho opera como um veículo de comunicação, assegurando que os colaboradores compreendam como os seus trabalhos são indispensáveis para a vitória da organização.

No mundo dos negócios, os indicadores de desempenho são mensurados para verificar se os objetivos estão sendo cumpridos. Por consequência, os KPI's propõem se é necessário aplicar maneiras diferentes que aperfeiçoam os resultados atuais. Os indicadores-chave de desempenho devem ser trocados se os propósitos primários de uma organização também sofrer modificações. De acordo com Padoveze (2010, p. 337):

As empresas sempre utilizaram indicadores ou medidas de desempenho para avaliar seus processos e atividades. De um modo geral, essas medidas eram aplicadas pontualmente para avaliar os processos fabris e comerciais, sem uma preocupação específica em integrá-los com os dados financeiros e com os objetivos estratégicos.

A aplicação dos indicadores-chave de desempenho foi estendida a diversas áreas de negócios. Com as disponibilidades de software, hardware e tecnologia, esses indicadores podem ser gerados a qualquer parte do processo para medir o seu resultado. Além das métricas tradicionais financeiras, passam também a medir o desfecho das etapas nas organizações. A ligação de indicadores pode marcar o sucesso e o fechamento de um objetivo estratégico de uma empresa, assim se caso sua aplicação for correta.

Os indicadores representam formas quantificáveis de produtos e processos, são utilizados para melhorar e realizar o acompanhamento dos resultados. Os tipos de indicadores são:

→ Indicadores de Produtividade: medem os recursos consumidos relacionados com as saídas de processos.

- Indicadores de Qualidade: priorizam a satisfação dos clientes e as características de produtos ou serviços.
- Indicadores de Efetividade: identificam as consequências dos produtos ou serviços.
- Indicadores da Capacidade: analisa a capacidade de resultado no processo através de suas entradas e saídas por unidade de tempo.
- Indicadores Estratégicos: informam quanto à organização se encontra na direção dos seus objetivos, refletindo no desempenho em relação aos fatores decisivos de sucesso.

### **3.5 MEI**

Devido as grandes mudanças e aos avanços econômicos o número de empreendedores vem crescendo progressivamente, mas tendo como um ponto negativo a informalidade.

Segundo ao IBGE (2023) 6 em cada 10 brasileiros que trabalham estão na informalidade e de 30 milhões de empregados e trabalhadores por conta própria 34% possui CNPJ, um número bem significativo, para a economia brasileira devido à queda dos pagamentos de impostos. Porém muitas dessas pessoas recorrem essa opção devido à falta de oportunidade de trabalho e a falta de informação sobre como ser autônomo e até mesmo ser um MEI.

O Microempreendedor Individual é uma pessoa que trabalha por conta própria e se formaliza como pequeno empresário. Segundo ao Sebrae (2022) para ser um MEI é necessário faturar até 81mil por ano ou 6.750,00 por mês, não ter participação em outra empresa como socio ou titular e ter no máximo um funcionário contratado que receba um salário-mínimo ou o piso de categoria.

O MEI é uma ótima opção para quem quer se formalizar e ter acesso aos mesmos benefícios dos trabalhadores assalariados. Além disso o MEI pode acessar uma série de benefícios. Segundo Gov (2023) Ao se formalizar, quem é MEI passa a ter cobertura previdenciária para si e seus dependentes, porém existe alguns requisitos como as contribuições, entra como benefício também aposentadoria programada, auxílio por incapacidade temporária, salario – maternidade auxílio -reclusão (O auxílio-reclusão será devido aos dependentes do segurado de baixa renda recolhido à prisão em regime fechado, limitado ao

valor de 1 (um) salário-mínimo e observados os demais requisitos legais), esses são uns dos benefícios.

O MEI é uma opção acessível e vantajosa para quem quer começar a empreender ou se formalizar ele está se expandindo de um forma vantajosa principalmente para pequenos varejistas, De acordo com um levantamento feito pelo Sebrae (2022), as cinco atividades econômicas que mais concentram MEI's no Brasil são: serviços de cabeleireiros, manicures e pedicures (11,3%), serviços de alimentação (8,5%), comércio varejista de roupas e acessórios (7,3%), serviços de limpeza e conservação (6,7%), Construção civil (6,1%).

Os valores mudam conforme a sua área de trabalho. Segundo Contabilizei (2023) quanto aos valores, no ano de 2023, a DAS MEI aponta para o seguinte recolhimento:

- R\$ 67,00 para comércio ou indústria: R\$ 66,00 do INSS + R\$ 1,00 do ICMS;
- R\$ 71,00 para prestadores de serviços: R\$ 66,00 do INSS + R\$ 5,00 de ISS;
- R\$ 72,00 para comércio e serviços: R\$ 66,00 do INSS + R\$ 1,00 do ICMS + R\$ 5,00 de ISS

### **3.6 Ferramenta da administração – Análise SWOT**

A análise SWOT é feita identificando e avaliando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa ou projeto. Lembrando que a matriz SWOT é um ponto de partida para a análise estratégica e deve ser complementada com outras ferramentas e informações relevantes para tomadas de decisão mais completas.

Os brasileiros estão cada vez mais procurando uma forma de trabalho mais fácil e de forma autônoma, muitos começam empreendendo por necessidade, outros pelo fato de saber produzir algo ou saber prestar algum tipo de serviço. Começam sem entender como funcionam uma empresa e com isso passam a enfrentar diversos problemas e sofre muito com eles, perdendo oportunidades de lucro em seu negócio. Por conta desse cenário caótico, os

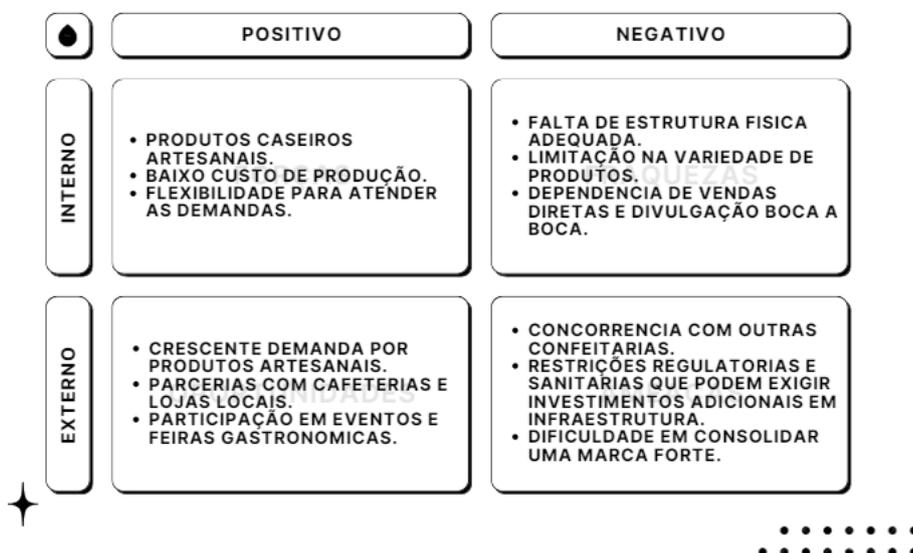
donos de empresas têm pressa para conseguirem sobreviver financeiramente e não cuidam de suas finanças como deveriam. Devido alguns problemas que uma empreendedora estava enfrentando como: **Misturar contas pessoais com as contas empresariais, não ter um fluxo de caixa, não ter controle sobre o estoque, precificação errada e não manter uma regularidade nos controles financeiros.** Ao analisar essa situação, tínhamos em mente a ideia de implementar ferramenta administrativa, a Análise Swot, para podermos ter uma visão mais clara dos aspectos positivos e negativos do negócio e poder tomar uma decisão estratégica para seu crescimento e sucesso.



**Figura 2:** exemplo como fazer uma análise swot. **Fonte:** PT.SEMRUSH,2023, p.9



# ANALISE SWOT



**Figura 3:** análise swot da confeitaria. **Fonte:** Proprios autores, 2023.

Devido a tantas batalhas e aos problemas enfrentados, a empreendedora decidiu não continuar com processo de orientação e parar com processo de mudanças. Infelizmente quando muitos deparam com uma situação como essa, acabam perdendo a força de vontade para poder continuar, e esse é só mais um exemplo de outras empresas que acabam falindo ou fechando por não saber ou não buscar conhecimento da situação enquanto haja tempo.

## 4. ESTUDO DE CASO

O setor de confeitaria é um mercado em crescimento, com um grande potencial para negócios lucrativos. No entanto, para ter sucesso, as confeitarias precisam de um projeto sólido e de uma estratégia de marketing eficaz.

Este estudo de caso investigou a rotina de uma empreendedora no ramo alimentício e as suas estratégias de trabalho. Com o objetivo de aperfeiçoar seu modo de trabalho usando as ferramentas administrativas.

A empreendedora estudada é uma mulher de 30 anos que mora em Piracicaba. Ela possui aproximadamente 5 anos de experiencia na área e vende

seus doces e pães em faculdades e até mesmo em seu carrinho que todos os sábados se encontra em frente à sua casa. Todos seus ingredientes são frescos e de alta qualidade seguindo receitas tradicionais.

Foi marcado uma entrevista para conhecer um pouco mais do seu negócio e auxiliar sobre a aplicação das ferramentas administrativas e seus benefícios. Após estudar seu caso pode-se perceber que havia uma dificuldade em obter um retorno saudável de seus investimentos impedindo de alimentar o caixa da empresa devido à falta de conhecimento de como administrar os custos e valores de seus produtos. O estudo também identificou a necessidade de uma organização financeira em suas administrações. Logo em seguida foi apresentado a ela três tipos de ferramentas que são: Análise Swot , Canvas e KPI , elas auxiliam em qualquer gestão financeiras e como a empreendedora nunca usou nem recurso técnico para saber quais são suas forças , fraquezas , oportunidades e ameaças foi selecionado a Análise Swot como principal ferramenta.

Além desse auxílio foi destacado como ela pode evoluir em seu Networking, como construir relacionamentos com os clientes e até mesmo com outras empreendedoras, impulsionando seu negócio, foi destacado também sobre a educação e treinamentos, como desenvolver suas habilidades e conhecimento na área através de cursos.

Como a empreendedora já estava nesse ramo a algum tempo foi apresentado para ela o MEI (Microempreendedor Individual) dando uma oportunidade de conseguir formalizar seu negócio, pois através do MEI ela conseguiria obter benefícios como: abertura de contas, pedido de empréstimos, emissões de notas fiscais, além de obrigações e direitos de uma pessoa jurídica.

Este estudo de caso forneceu uma visão geral das estratégias que contribuiriam para o sucesso de uma empreendedora. Porém não foi possível alcançar algum resultado devido aos desafios enfrentado por ela na parte da formalização e dos ajustes financeiros de seus produtos.

Porém esse desenvolvimento pode servir de base para qualquer pessoa que queira abranger seus negócios e não possui um conhecimento administrativo.

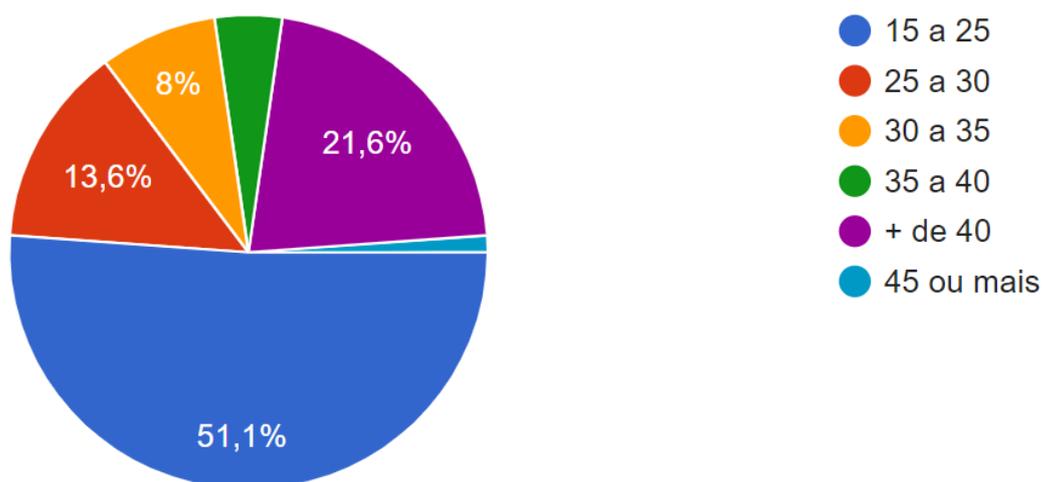
## 5. PESQUISA

Interpretamos o significado e a importância dos resultados obtidos a partir da pesquisa realizada através da plataforma *forms*, sendo divulgada nas redes sociais dos integrantes desta equipe. Descartamos e extraímos informações relevantes a partir dos conjuntos de dados coletados.

Apresentamos a pesquisa realizada no período de 01/08/2023 a 26/09/2023 com 88 pessoas, tendo como objetivo filtrar e compreender o conhecimento social em relação as ferramentas administrativas e financeiras de uma empresa informal.

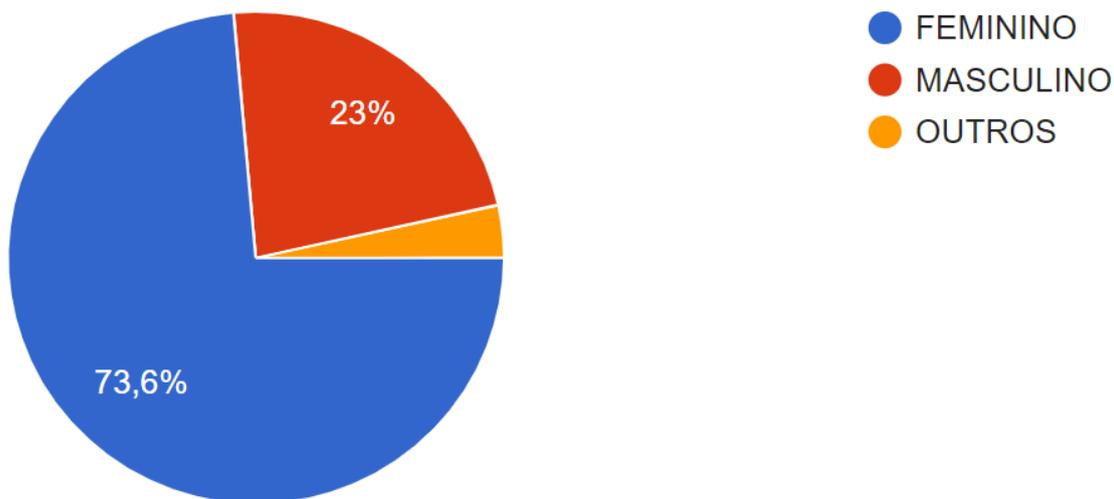
Resultados:

1. Qual a sua idade?



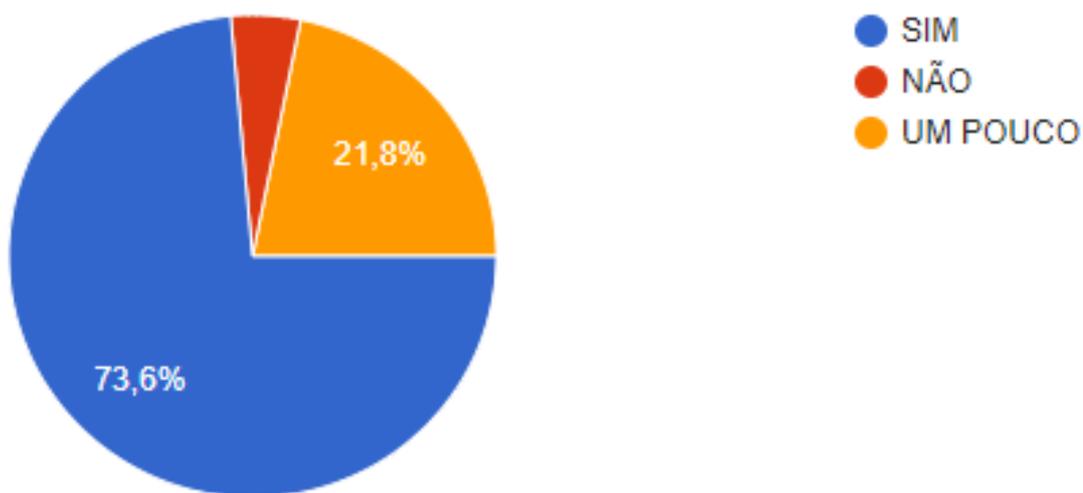
Ao analisar o gráfico destaca-se que 51,1% das pessoas que responderam a pesquisa estão entre 15 a 25 anos de idade, devido ao ciclo social das integrantes.

2. Qual é o seu gênero?



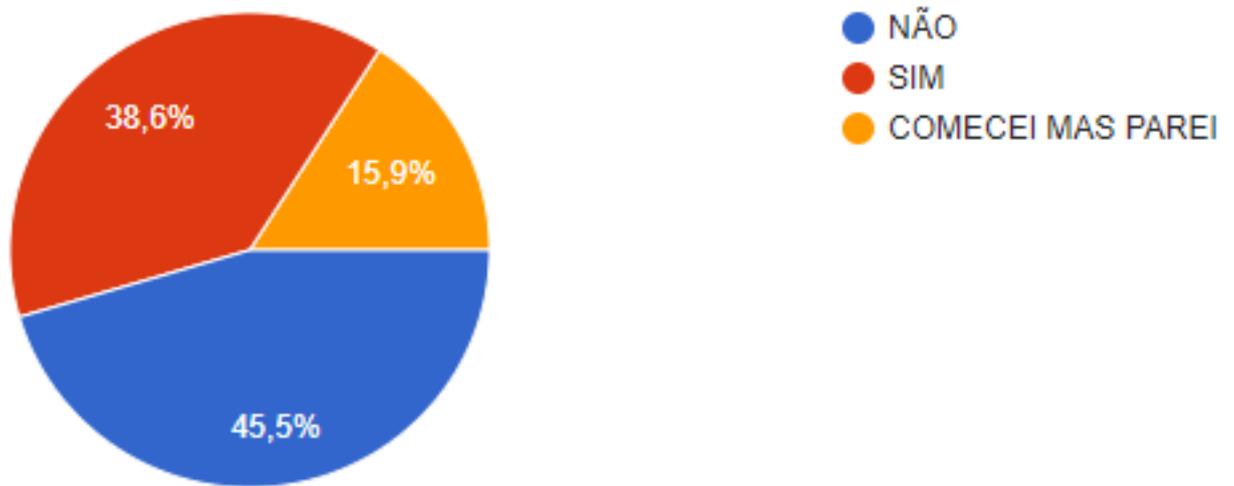
Ao analisar o gráfico pode-se concluir que das 88 respostas, 64 são do sexo feminino, o que corresponde a 73,6%. Pois segundo a pesquisa realizada pelo Sebrae (2022) a partir de dados do IBGE realizados no terceiro trimestre de 2022 aponta que o país tinha 10,3 milhões de mulheres dona de negócio, representando 34,4% do universo de empreendedores no Brasil.

3. Você sabe o que é o empreendedorismo?



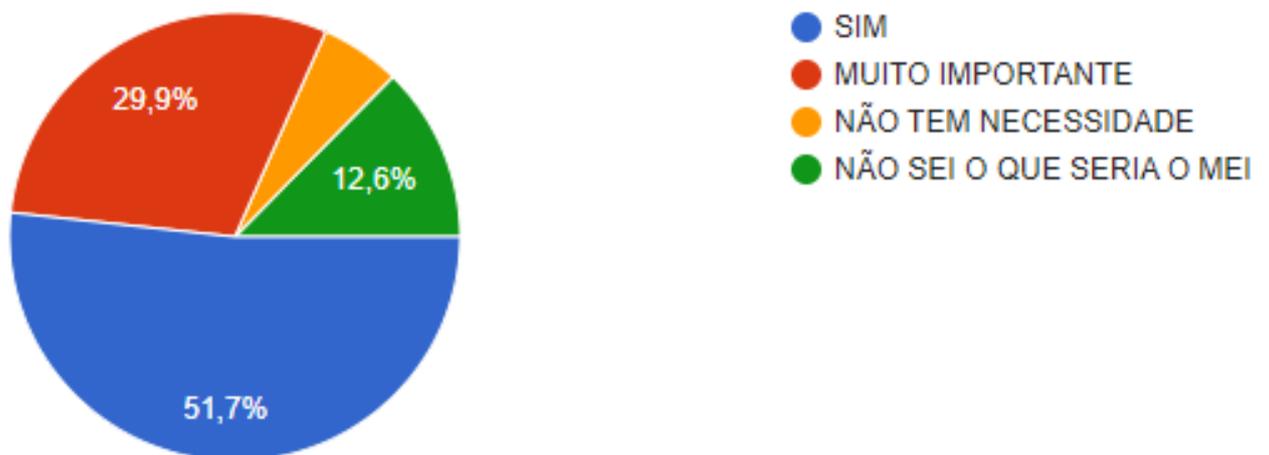
Ao analisar o gráfico pode-se perceber que 73,6% das pessoas afirmam que já possuem conhecimento sobre o empreendedorismo. Na resposta seguinte 38,6% afirmam que já empreenderam.

4. Você já empreendeu?



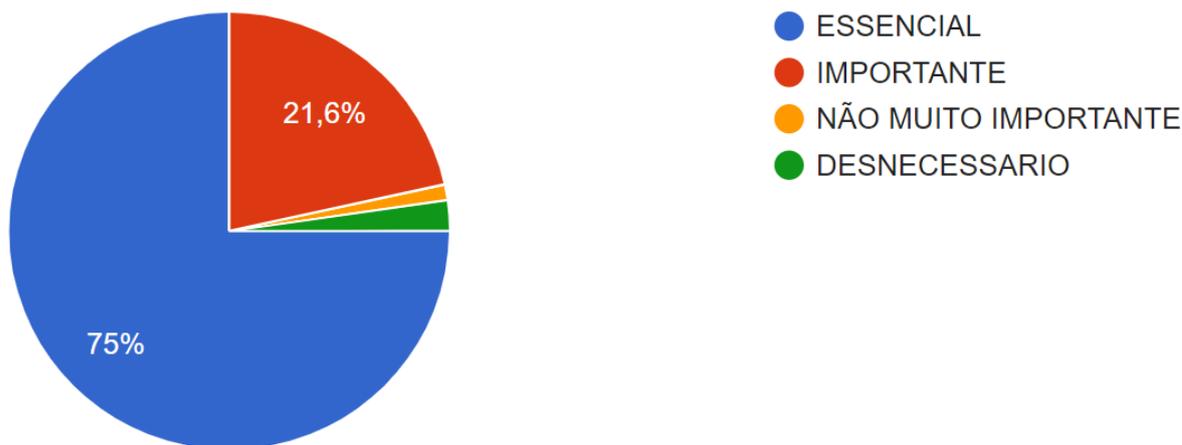
38,6% afirmam que já empreendeu e 15,9% deram início porém foi interrompido. Ao observar essas informações pode se dizer que esses 15,9% interromperam o seu aprendizado devido a falta de conhecimento sobre as ferramentas administrativas e sobre o mercado que estava empreendendo.

5. Você entende como necessário o MEI (micro empreendedor individual) para tirar do mercado informal trabalhadores autônomos ?



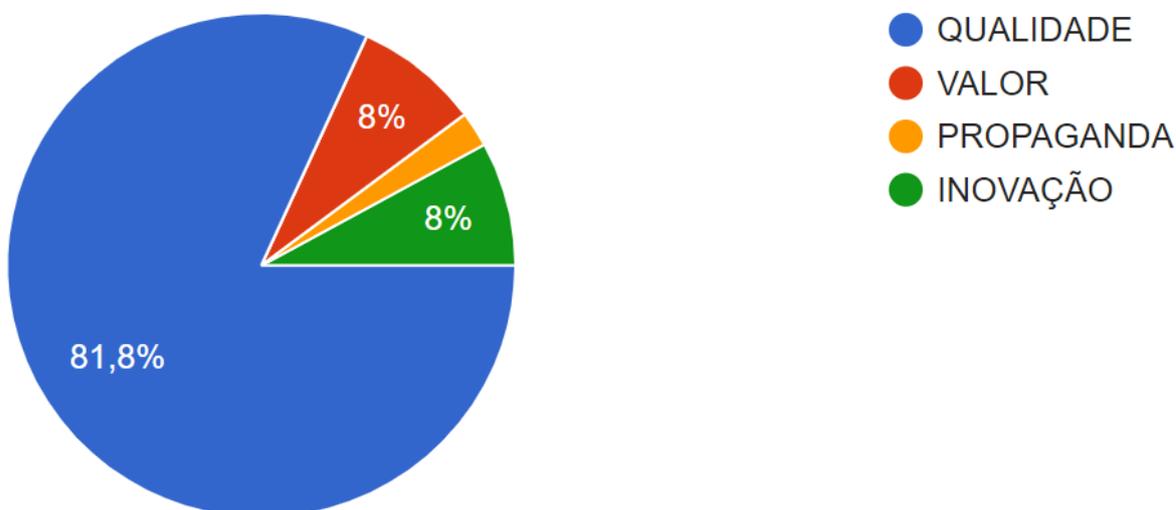
Ao analisar o gráfico pode-se afirmar que 51,7% das respostas possuem conhecimento da necessidade do MEI, e 29,9% acredita ser muito importante, dando ênfase sobre a formalizações dos trabalhadores autônomos.

6. Qual sua opinião sobre o controle financeiro de uma empresa?



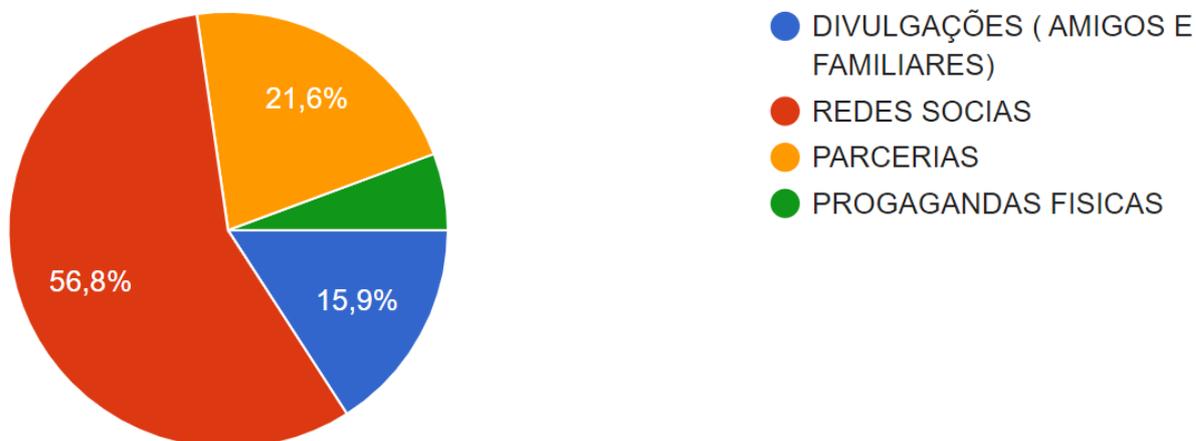
Ao examinar o gráfico é possível afirmar que mais da metade das respostas concorda com a importância do uso do controle financeiro nas empresas, podendo ser a solução para a redução da alta taxa de falências de pequenas empresas, pois a falta de planejamento e má gestão financeira são os principais responsáveis.

7. Na sua opinião, qual o fator mais importante na hora de comprar um produto?



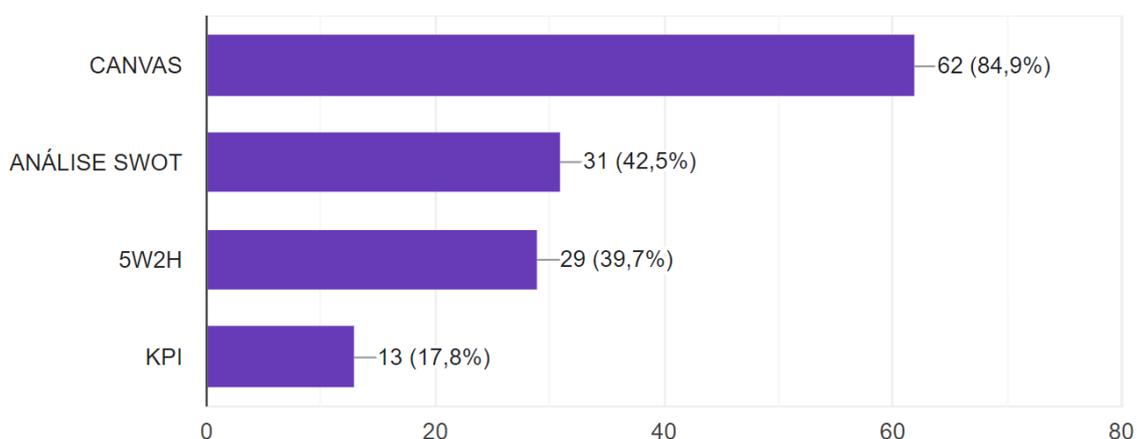
Pode se observar que 81,8% das respostas prezam pela qualidade do produto na hora de adquiri-lo, enquanto ao valor 8% afirmam que é primeira observação na hora de comprar. Investir na qualidade é uma das principais ações na hora de iniciar algum tipo de empreendedorismo, pois a qualidade é a chave da fidelização de clientes.

8. Na sua opinião qual seria a melhor forma para tornar a empresa conhecida?



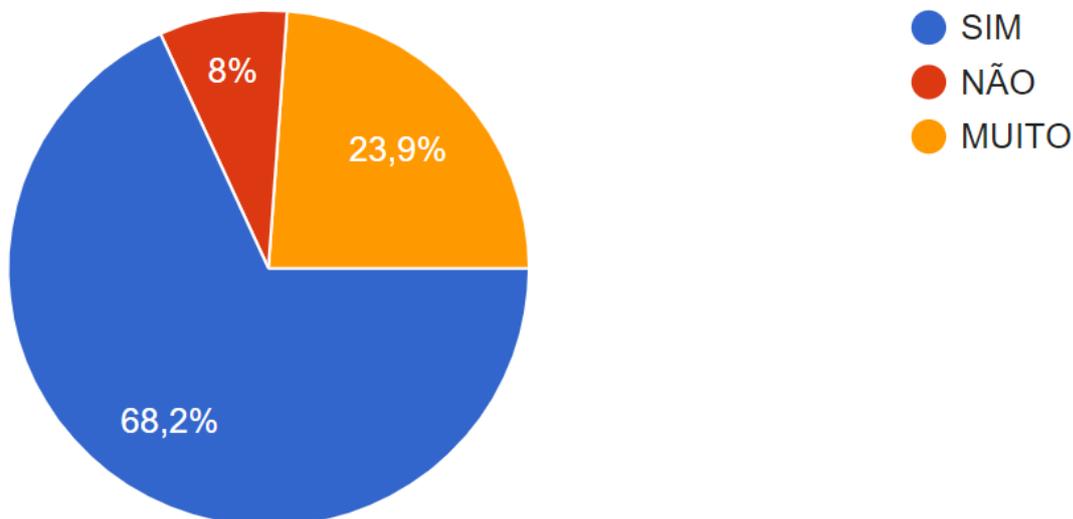
56,8% das respostas selecionaram a opção das redes sociais como a melhor forma de tornar empresa conhecida. Segundo JA Marketing (2018) são 130 milhões de pessoas conectadas a plataforma de redes sociais, e usá-la como ferramenta, pode proporcionar um grande desenvolvimento na sua marca ou até mesmo no seu comercio o tornando destaque.

9. Você conhece algumas dessas ferramentas administrativas?



Ao observar o gráfico pode-se dizer que 84,9% das pessoas conhecem a ferramenta Canvas, no entanto é provável que elas possam ter confundido com o aplicativo de edição chamado Canvas ao invés da ferramenta administrativa conhecida como Business model Canvas. Porém 42,5% conhecem a ferramenta análise SWOT.

10. É arriscado empreender sem um suporte de conhecimento financeiro?



68,2% das respostas afirmam que é arriscado empreender sem um suporte de conhecimento financeiro. As ferramentas administrativas é o maior suporte para enraizar um projeto, e alavancar os planos de negócio, através delas muitas empresas alcançam grandes resultados.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aplicação das ferramentas administrativas em uma confeitaria informal pode fazer a diferença de várias maneiras. Primeiro, a modernização trazida por essas ferramentas permite que a confeitaria acompanhe as tendências do mercado e ofereça uma experiência atualizada aos clientes. O controle de custos é aprimorado por meio de recursos como controle de estoque, que evita desperdícios e compras desnecessárias. Além disso, a otimização de processos agiliza as operações diárias, desde o gerenciamento de pedidos até o monitoramento das vendas, resultando em maior eficiência e produtividade.

Durante a implementação das ferramentas administrativas em uma confeitaria informal, alguns desafios comuns podem incluir resistência à mudança por parte da empreendedora, necessidade de treinamento para utilizar as novas ferramentas, integração com sistemas existentes, ajustes na cultura organizacional e investimento inicial necessário para adquirir as ferramentas.

Ao aplicar ferramentas administrativas na gestão da empresa, algumas lições aprendidas incluem a importância de uma comunicação clara e eficaz com a empreendedora, a necessidade de estabelecer processos organizados para lidar com solicitações e problemas, o valor de manter registros precisos e atualizados, a importância de ouvir e responder às necessidades dos clientes e a necessidade de adaptar as ferramentas e às especificidades dos clientes, fez com que a empreendedora desistisse de ir a diante com as mudanças, já não havia ânimo para fazer com que ela lutasse por seu empreendimento. Preferiu continuar no mesmo ritmo tentando amenizar as situações de recursos financeiros. Apesar de toda essa orientação e dedicação que tivemos em dividir nosso conhecimento e aprender com os obstáculos do negócio, não conseguimos fazer mudanças grandiosas e obter resultados esperados.

Apesar do estudo não ter ido a diante as ferramentas administrativas podem ser valiosas para a sustentabilidade e crescimento da confeitaria informal ao proporcionar um melhor controle de custos, otimização de processos, análise de dados para tomada de decisões estratégicas, automação de tarefas repetitivas, melhoria na comunicação com fornecedores e clientes, além de possibilitar a identificação de oportunidades de crescimento e expansão do negócio.

A pesquisa é relevante não apenas para o campo acadêmico, mas também para empreendedores de confeitarias informais porque fornece informações sobre as tendências de mercado, inovações na indústria, melhores práticas e estratégias de negócios. Ela ajuda a tomar decisões informadas, identificar oportunidades de crescimento, entender a concorrência e adaptar-se às mudanças do mercado, contribuindo para o sucesso e sustentabilidade do negócio.

Em conclusão, o estudo e a aplicação das ferramentas administrativas foi útil para qualquer empreendedor independente do seu ramo, e pode contribuir muito para o sucesso, formalização e independência do negócio, caso a empreendedora independente do seu ramo, e pode contribuir muito para o sucesso, formalização o estudo e a aplicação das ferramentas administrativas foi útil para qualquer empreendedor independente do seu ramo, e pode contribuir muito para o sucesso, formalização e independência do negócio, caso a

empreendedora um dia quiser retornar o aprendizado será muito útil todo o processo. Através desse conhecimento e uso adequado das ferramentas, qualquer pessoa ou empreendedores podem impulsionar o crescimento e alcançar o sucesso nesse setor altamente competitivo

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, J. C. et al. **ANÁLISE DE SWOT: UMA FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**, Lins, 2015. V Encontro Científico e Simpósio de Educação Salesiano, Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Faculdade de Lins, 2015. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2015/publicado/artigo0138.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2023.

BANCO PAN (Brasil). **EDUCAÇÃO FINANCEIRA E EMPREENDEDORISMO: SUCESSO COM ESTA UNIÃO**. 2021. Disponível em: <https://www.bancopan.com.br/blog/publicacoes/educacao-financeira-e-empendedorismo-sucesso-para-sua-empresa.htm#:~:text=Com%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%2C%20os%20empreendedores,negociar%20pre%C3%A7os>. Acesso em: 07 mai. 2023.

BARBOSA, A. F., GEMENTE, G. B., SANCHES, M. N., Rodrigues, F. M., & Sabaa-Srur, A. U. (2016). **IMPORTANCE OF QUALITY MANAGEMENT IN THE PROCESSORS OF FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRIES**.

BIOMINAS BRASIL (Brasil). **BUSINESS MODEL CANVAS**. 2017. Disponível em: <https://biominas.org.br/blog/business-model-canvas/>. Acesso em: 22 ago. 2023.

BLANK, S.; DORF, B.. **THE STARTUP OWNER'S MANUAL: THE STEP-BY-STEP GUIDE FOR BUILDING A GREAT COMPANY**. Pescadero: K&S Ranch, 2012.

BOONE, Louis E; KURTZ, David L. **MARKETING CONTEMPORÂNEO**. 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

Borges Dernivan Cardoso. **EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA PRÁTICA: COMO GERENCIAR SEU DINHEIRO E INVESTIR NO FUTURO**. Bahia, Ed. UICLAP, 2023

Bragança, S., & Costa, E. (2015). **AN APPLICATION OF THE LEAN PRODUCTION TOOL STANDARD WORK**. Jurnal Teknologi, 76(1).

BROWN, Tim. **DESIGN THINKING: UMA METODOLOGIA PODEROSA PARA DECRETO O FIM DAS VELHAS IDEIAS**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Card, S. K, Mackinlay, J. D., Shneiderman, B. **READINGS IN INFORMATION VISUALIZATION: USING VISION TO THINK**. Morgan Kaufman Publishers, 1999.

CARD, S. K, Mackinlay, J. D., Shneiderman, B. *Readings in Information Visualization: Using Vision to Think*. Morgan Kaufman Publishers, 1999.

CARSO, Yan. **COMO COMEÇAR A EMPREENDEDOR DO ZERO?** Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-comecar-a-empreendedor/>. Acesso em: 02 nov. 2023.

CELERO. **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA: TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER.** Disponível em: <https://celero.com.br/blog/administracao-financeira/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20administra%C3%A7%C3%A3o%20financeira,n%C3%A3o%20uma%20vida%20financeira%20saud%C3%A1vel..> Acesso em: 26 out. 2023.

CONSULTORIA, Jrs. **O QUE É UMA ANÁLISE SWOT?** Disponível em: <https://www.jrsconsultoria.com.br/2017/02/swot/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

CONTABILIZEI (Brasil). **ABRIR MEI: PASSO A PASSO DE COMO ABRIR UM MEI EM 2023.** 2023. Disponível em: [https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-um-mei/?utm\\_device=c&utm\\_term=&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=%5BMAX%5D\\_Performance\\_SP&hsa\\_cam=13991176771&hsa\\_grp=&hsa\\_mt=&hsa\\_src=x&hsa\\_ad=&hsa\\_acc=1466761651&hsa\\_net=adwords&hsa\\_kw=&hsa\\_tgt=&hsa\\_ver=3&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG\\_G2i6lbqwJqcOnWaKajUyJZul92nLMahj2QMfZfkj1b2ItPjCUA2zGqCgaAsm6EALw\\_wcB](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-um-mei/?utm_device=c&utm_term=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=%5BMAX%5D_Performance_SP&hsa_cam=13991176771&hsa_grp=&hsa_mt=&hsa_src=x&hsa_ad=&hsa_acc=1466761651&hsa_net=adwords&hsa_kw=&hsa_tgt=&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG_G2i6lbqwJqcOnWaKajUyJZul92nLMahj2QMfZfkj1b2ItPjCUA2zGqCgaAsm6EALw_wcB). Acesso em: 07 mai. 2023.

DINAMIZE (Brasil). **ENTENDA OS 4 PS DO MARKETING E SUA FUNÇÃO NOS NEGÓCIOS.** 2023. Disponível em: <https://www.dinamize.com.br/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em: 07 mai. 2023.

EMBRACON. **O QUE É ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA? ENTENDA COMO A INOVAÇÃO AUXILIA ESSE PROCESSO.** Disponível em: <https://www.embracon.com.br/blog/o-que-e-administracao-financeira-entenda-como-a-inovacao-auxilia-esse-processo>. Acesso em: 07 nov. 2023.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **VOCÊ SABE QUE DIA É HOJE? DATAS COMEMORATIVAS PARA EVENTOS E PROGRAMAÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS E CALENDÁRIO PROMOCIONAL EM MARKETING.** 2002. Disponível em: <https://30porcento.com.br/livro/8572163557-Voc%C3%AA-Sabe-que-Dia-%C3%A9-Hoje-?-datas-comemorativas-para-eventos-e-programa%C3%A7%C3%B5es-de-Rela%C3%A7%C3%B5es-P%C3%BAblicas-e-calend%C3%A1rio-promocional-em-Marketing>. Acesso em: 22 ago. 2023.

FREITAS, M. da. S. **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: APLICANDO UMA ANÁLISE SWOT NA EMPRESA AUTO SUECOCO,** Brasília, 2012. Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, Brasília D.F., 2012, 46 páginas. Disponível em: [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3904/1/2012\\_MarcosdaSilvaFreitas.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3904/1/2012_MarcosdaSilvaFreitas.pdf). Acesso em: 20 nov. 2023.

GABRIEL, Lucas. **O QUE É KPI.** 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/kpi/>. Acesso em: 07 nov. 2023.

GENNARO Cuofano. **MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS VS. ANÁLISE SWOT.** Disponível em: <https://fourweekmba.com/pt/Canvas-do-modelo-de-neg%C3%B3cios-vs-an%C3%A1lise->



OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.. **BUSINESS MODEL GENERATION**. New Jersey - Usa: (John Wiley & Sons, Eds, 2010. 278:.

Pacaiova, H. (2015). **ANALYSIS AND IDENTIFICATION OF NONCONFORMING PRODUCTS BY 5W2H METHOD**. Center for Quality.

PADOVEZE, Clóvis L. **Controladoria estratégica aplicada: Conceitos, estrutura e sistema de informações**. Cengage Learning Brasil, 2023.

PEÇANHA, Vitor. **QUAL A IMPORTÂNCIA DO MIX DE MARKETING?** 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/4-ps-do-marketing/#:~:text=Os%20Ps%20do%20Marketing%20servem%20para%20colocar%20a%20marca,marca%20na%20mente%20dos%20consumidores>. Acesso em: 22 ago. 2023.

PROJETO, Eq Júnior - Consultoria e. **O QUE É UMA SWOT E COMO ELA PODE AJUDAR SUA EMPRESA?** Disponível em: [https://eqjunior.com.br/2022/07/05/o-que-e-uma-swot-e-como-ela-pode-ajudar-sua-empresa/?gclid=Cj0KCQiA67CrBhC1ARIsACKAa8SBLn4iDMjN8ezPEA4WNEKEfXbkC5MdjLoEdmeJ\\_ss97glKws2-08EaAmUvEALw\\_wcB](https://eqjunior.com.br/2022/07/05/o-que-e-uma-swot-e-como-ela-pode-ajudar-sua-empresa/?gclid=Cj0KCQiA67CrBhC1ARIsACKAa8SBLn4iDMjN8ezPEA4WNEKEfXbkC5MdjLoEdmeJ_ss97glKws2-08EaAmUvEALw_wcB). Acesso em: 17 out. 2023.

RABELLO, Guilherme. **METODOLOGIAS DE GESTÃO MODELO CANVAS: SAIBA O QUE É, PARA QUE SERVE E COMO FAZER!** 2023. Disponível em: <https://www.siteware.com.br/metodologias/modelo-canvas/>. Acesso em: 07 nov. 2023.

Rabelo, R. J., Costa, S. N., & Romero, D. (2014). **A GOVERNANCE REFERENCE MODEL FOR VIRTUAL ENTERPRISES**. In Collaborative Systems for Smart Networked Environments (pp. 60-70). Springer Berlin Heidelberg.

RAJU, Jagmohan Singh. **O PREÇO INTELIGENTE: ESTRATÉGIAS INOVADORAS DE PREÇOS PARA CRIAR VALOR E TRANSFORMAR MERCADOS**. 2011. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/O\\_pre%C3%A7o\\_inteligente/fZUZAqPIJnMC?hl=ptBR&gbpv=1&dq=pre%C3%A7o+no+marketing&printsec=frontcover&pli=1](https://www.google.com.br/books/edition/O_pre%C3%A7o_inteligente/fZUZAqPIJnMC?hl=ptBR&gbpv=1&dq=pre%C3%A7o+no+marketing&printsec=frontcover&pli=1). Acesso em: 22 ago. 2023.

SASDELLI, M. C. B. (2013). **UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DA QUALIDADE PARA A GERAÇÃO DE INOVAÇÃO EM PROCESSO: UM CASE DE ANÁLISE DE PERDA EM UMA INDÚSTRIA DE EMBALAGENS CARTONADAS**. Acesso em 02 nov 2023.

SEBRAE. **A IMPORTANCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA EMPREENDEDORES**. 2018. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/a-importancia-da-educacao-financeira-para-empresendedores/#:~:text=A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%20para%20empresendedores,analisar%20custos%2C%20despesas%20e%20investimentos>. Acesso em: 07 maio 2023.

SEBRAE. **A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA EMPREENDEDORES**. 2018. Disponível em:

<https://sebraemg.com.br/importancia-educacao-financeira-para-empresarios/#:~:text=A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%20para%20empresarios,analisa%C3%A7%C3%A3o%20custos%20e%20despesas%20e%20investimentos..> Acesso em: 22 ago. 2023.

SEBRAE. **SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS NO BRASIL.** Coleção Estudos e Pesquisas. Brasília: Sebrae,2013.

SEBRAE. **SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS NO BRASIL.** Coleção Estudos e Pesquisas. Brasília: Sebrae,2013.

SEBRAE. **A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA EMPRESÁRIOS.** Disponível em: <https://sebraemg.com.br/importancia-educacao-financeira-para-empresarios/#:~:text=A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%20para%20empresarios,analisa%C3%A7%C3%A3o%20custos%20e%20despesas%20e%20investimentos..> Acesso em: 02 nov. 2023.

SEBRAE. **EDUCAÇÃO FINANCEIRA: 10 DICAS PARA COMEÇAR A PRATICÁ-LA!** Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/blog-pme/educacao-financeira/>. Acesso em: 15 out. 202

SEBRAE. **EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/empreendedorismo-e-inovacao,a680ce1f53b9d710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 22 nov. 2023.

Silva, Allison O., Roratto, Lucas., Servat, Marcos Eduardo. Dorneles, Leandro. Polacinski, Edio. (2013) **GESTÃO DA QUALIDADE: APLICAÇÃO DA FERRAMENTA 5W2H COMO PLANO DE AÇÃO PARA PROJETO DE ABERTURA DE UMA EMPRESA**. Fabor, SIEF  
SILVEIRA, Henrique. **SWOT. IN: INTELIGÊNCIA ORGANIZACIONAL E COMPETITIVA**. Org. Kira Tarapanoff. Brasília. Ed. UNB, 2001.

SOUZA, D. K.. **UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE VISUALIZAÇÃO PARA A RECOMENDAÇÃO DE SUBSTITUTOS**. 2008. 112 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Engenharia de Sistemas e Computação, Cope, Ufrj, Rio de Janeiro, 2008

STARTSE. **POR QUE O EMPREENDEDORISMO É TÃO IMPORTANTE?** Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/por-que-o-empreendedorismo-e-tao-importante/>. Acesso em: 22 out. 2023.

VIACARREIRA (Brasil). **METODOLOGIA DE PESQUISA TCC: O QUE É, COMO FAZER E EXEMPLOS**. 2022. Disponível em: <https://viacarreira.com/metodologia-de-pesquisa-do-tcc/>. Acesso em: 15 maio 2023.

ZHUKOVA, Natalia. **COMO FAZER UMA ANÁLISE SWOT**. 2022. Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/analise-swot/>. Acesso em: 22 nov. 2023

UNIDAS, Nações. **OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 22 nov. 2023.