

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA
SOUZA”**

ESCOLA TÉCNICA DE ESTADUAL DE MONTE MOR

Técnico em Administração

Maria Eduarda da Silva Medeiro

Maria Eduarda Silva Gomes

Matheus Lucas Silva

Milena Gonçalves de Melo

**GESTÃO DE NEGÓCIOS E EMPREENDEDORISMO: Um guia que
irá auxiliar os pequenos empreendedores na administração e consolidação do
seu negócio.**

Maria Eduarda da Silva Medeiro

Maria Eduarda Silva Gomes

Matheus Lucas Silva

Milena Gonçalves de Melo

GESTÃO DE NEGÓCIOS E EMPREENDEDORISMO^[ES1]: Um guia que
irá auxiliar os pequenos empreendedores na administração e consolidação do
seu negócio.

Trabalho de conclusão de curso apresentado, como exigência
para obtenção do título de técnico em administração, na ETEC MONTE
MOR, sob orientação da professora Emanuelle.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus por iluminar nossa jornada acadêmica e nos dar forças para superar os desafios. A Bíblia nos lembra que "tudo posso naquele que me fortalece" (Filipenses 4:13), e essa certeza foi fundamental para a realização deste trabalho.[ES2]

RESUMO

Muitos desejam iniciar um negócio, mas enfrentam desafios devido à falta de informações sobre a separação entre patrimônio pessoal e empresarial, controle de custos e planejamento financeiro, o que contribui para uma alta taxa de falência, com cerca de 18,5% das empresas encerrando suas atividades em menos de um ano, conforme o IBGE. O objetivo é fornecer informações e práticas eficazes para superar esses obstáculos, focando em educação financeira, gestão de recursos e estratégias de tomada de decisões. A atenção especial é dada aos microempreendedores, que frequentemente enfrentam dificuldades adicionais, buscando oferecer uma abordagem prática para esclarecer dúvidas e melhorar a gestão e expansão dos negócios.

ABSTRACT

Many wish to start a business but face challenges due to a lack of information on separating personal and business assets, cost control, and financial planning. This contributes to a high failure rate, with about 18.5% of companies closing within less than a year, according to IBGE. The aim is to provide effective information and practices to overcome these obstacles, focusing on financial education, resource management, and decision-making strategies. Special attention is given to micro-entrepreneurs, who often face additional difficulties, seeking to offer a practical approach to clarify doubts and improve business management and expansion.

SUMÁRIO

1.	PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	9
1.1	Conceito planejamento financeiro	9
1.2	Estratégia	11
1.3	Implementação Estratégica	12
1.4	Boas práticas de gestão financeira	14
1.5	Gestão de Risco	15
2	EMPREENDEDORISMO	16
2.1	Empreendedor (MEI)	16
2.1.1	Como Funciona?	16
2.1.2	Como ser Mei?	17
3	Como a tecnologia pode ajudar no controle dos seus recursos.....	18
3.1	Benefícios do Uso da Tecnologia para controle de recursos.	18
4	MARKETING.....	20
5	FERRAMENTAS DO MARKETING: OS 4PS	22
6	Site Undertake	23
7	CONCLUSÃO	24

INTRODUÇÃO[ES3]

Muitas pessoas querem começar um negócio, mas não sabem por onde, então, através desse trabalho, todos terão acesso as diversas informações que ajudaram a dar início no seu empreendedorismo. [ES4]Por falta de conhecimento, empresários enfrentam dificuldades em conseguir separar o patrimônio da empresa com as contas pessoais, realizar novos investimentos e gerenciar os controles de custos, enfrentando desafios como acesso limitado a capital, planejamento inadequado, dificuldade em gerenciar o tempo e recurso.

Segundo pesquisa do IBGE Em média, 18,5% das empresas criadas encerram suas atividades em menos de um ano. Então [ES5]buscamos através da educação auxiliar todos os empreendedores a manter seu empreendimento por muito mais tempo.

O conhecimento e orientação sobre a gestão de recursos trará uma boa oportunidade compreender as práticas eficazes de gestão de recursos que é essencial para assegurar a continuidade e o crescimento de qualquer empresa ainda permite otimizar a distribuição dos recursos e evitar desperdícios e antecipar desafio financeiros, garantindo uma base solida para o sucesso a longo prazo.

Este trabalho visa detalhar como o conhecimento financeiro e as práticas de gestão eficazes podem impactar diretamente o desempenho e a estabilidade de um negócio. Serão abordados conceitos fundamentais de planejamento financeiro, alocação de recursos e gestão de riscos, além de estratégias para tomar decisões informadas e sustentáveis. Ao entender e aplicar os princípios de educação financeira, empreendedores podem melhorar sua capacidade de gerenciar e expandir seus negócios de forma eficiente e estratégica.

Especialmente para os microempreendedores tudo isso se torna um desafio muito grande e complexo, devido à falta de conhecimento em gestão, dificuldade de planejamento estratégico. Buscamos analisar essas dificuldades e criar um meio eficaz para esclarecer dúvidas e oferecer orientação prática. Encontrar em um único local as principais informações referentes a gestão e empreendedorismo.

1. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Planejamento financeiro é nada mais que um roteiro a ser seguido que projeta o futuro da situação financeira com base na sua realidade presente. Sem esse planejamento o gestor não tem condições de estimar fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e outros pontos essenciais.

Outro detalhe importante o planejamento precisa está alinhado com o planejamento estratégico da organização da organização ou empresário, afinal o que o empresário quer? Crescer e se multiplicar ou manter a empresa em níveis estáveis.

1.1 Conceito planejamento financeiro

É o processo de organizar, controlar e gerenciar as finanças de um negócio para garantir sua sustentabilidade, crescimento e lucratividade. É um elemento essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois permite ao empreendedor tomar decisões informadas e estratégicas, minimizar riscos financeiros e maximizar o uso dos recursos disponíveis.

Para um empreendedor, o planejamento financeiro é crucial para garantir que o negócio não só sobreviva, mas prospere em um ambiente competitivo. Ele permite ao empreendedor antecipar problemas, tomar decisões proativas e, sobretudo, alinhar as finanças da empresa com suas metas de longo prazo.

“O planejamento financeiro é um aspecto importante das operações das empresas porque fornece um mapa para orientação e coordenação e o controle dos passos que a empresa dará para atingir seus objetivos” (GITMAN, 1997).

Com uma estratégia bem definida, você minimiza os riscos de surpresas indesejadas, como despesas imprevistas ou variações bruscas no fluxo de caixa. Além disso, um planejamento financeiro eficaz permite identificar oportunidades e

ajustar a rota do seu negócio conforme necessário, promovendo uma gestão mais proativa e estratégica.

Segundo Gitman (2010), o planejamento financeiro pessoal se inicia quando se define quais metas quer atingir.

Afinal o planejamento financeiro embora ele mostre a real situação de cada indivíduo, existem alguns elementos em comum para considera a elaboração desse plano, assim é possível garantir que o planejamento seja abrangente e útil para a concretização dos seus objetivos. Que apresentam alguns pilares principais para serem seguidos como:

||

[ES6]Reconhecer: Esse é o primeiro pilar da Educação financeira, que busca a conscientização a respeito da situação financeira de cada empreendedor, incluindo as despesas, dívidas e Objetivos.

Registra: O segundo pilar da educação financeira trata-se do registro de todas as suas transações visto que você já reconheceu, sua situação financeira, é necessário manter um registro preciso sobre todas as transações.

Revisar: A revisão é o terceiro pilar da educação financeira que busca revisar de forma regular a situação financeira para garantir que siga o caminho correto para alcançar os objetivos financeiros estabelecido. Isso envolve a analisar de forma periódica seus orçamentos, ajustar suas estratégias financeiras conforme progresso nas suas metas.

Realizar: Quarto e último pilar da educação financeira, que é a realização, colocar em prática todos os conhecimentos que foram adquiridos, e alcançar seus objetivos financeiros isso envolve:

- Economizar
- Investir para o futuro
- Pagar dívidas
- Viver dentro da realidade financeira

1.2 Estratégia

A Gestão Estratégica constitui-se de uma estrutura voltada para o planejamento do funcionamento de uma empresa, no qual planos construídos exigem eficácia, para que assim possam ser alcançados os objetivos propostos. Uma estratégia bem elaborada possibilita que a empresa consiga a capacidade de enfrentar o ambiente externo com maior eficácia e segurança e para que a empresa possa desenvolver uma boa estratégia, ela deve analisar e coletar informações de seu ambiente interno e externo para que a partir daí possa escolher qual melhor se adequa com as condições e desafios da empresa. A estratégia pode incluir abordagens como diferenciação, redução de custos ou foco em nichos específicos para competir eficazmente e criar valores sustentáveis, buscando compreender o que o cliente espera do negócio. Portanto a gestão estratégica consiste no caminho que a organização deve seguir junto a um planejamento, do qual é fundamental para a sobrevivência da empresa.

As melhores práticas de gestão estratégica, levam em conta informações sobre a concorrência e outros aspectos como recursos financeiros e humanos, ameaças e oportunidades. Grandes projetos levam tempo para serem implementados. Por isso é interessante definir e estudar cada etapa ao longo do projeto e assim podendo verificar a probabilidade de gerar o resultado esperado, ou em caso contrário, cancelar o projeto antes que mais recursos sejam consumidos. As práticas adotadas devem se integrar como parte da operação da companhia. O trabalho deve ser contínuo, acompanhado, averiguando sempre os resultados em tempo real.

“Segundo Gitman (A estratégia financeira envolve o uso de planos financeiros para direcionar as ações de uma empresa com o objetivo de atingir metas de curto e longo prazo).

1.3 Implementação Estratégica

Implementação é um processo contínuo e dinâmico que consiste em um conjunto de ações intencionais, integradas, coordenadas e orientadas para tornar realidade um objetivo futuro, de forma a possibilitar a tomada de decisões antecipadamente. Essas ações devem ser identificadas de modo a permitir que elas sejam executadas de forma adequada e considerando aspectos como o prazo, custos, qualidade, segurança, desempenho e outras condicionantes. Então, é necessário colocar as ações traçadas em prática, considerando sempre a otimização, seguindo o projeto inicial e as metas, sem perder de vista que a gestão estratégica é um aprendizado contínuo, para isso implementamos a metodologia *Plan, Do, Check, Act* (Planejar, Fazer, Checar, Agir), conhecido como Ciclo PDCA. Tem como finalidade entender como um risco surge e como resolvê-lo.

Originado no Japão, durante o pós-guerra, como parte do controle de qualidade, o PDCA se espalhou globalmente e é adotado por empresas de todos os tamanhos e setores. Foi criado originalmente para a área da qualidade das empresas. O PDCA é um ciclo contínuo. Isso significa que, ao final, você pode revisitar o planejamento e recomeçar o ciclo, sempre em busca de melhorias. Os processos podem e devem ser sempre aprimorados.

Planejamento (Plan)

A primeira etapa é o planejamento, essa etapa tem como finalidade verificar se a organização tem as competências adequadas para realização de cada atividade. Outro ponto importante definido no planejamento é a definição do método de trabalho que será usado para encontrar a solução para o problema e para desenvolver o plano de ação. Consiste em identificar informações sobre os problemas.

Executar (Do)

A etapa "Fazer" (Do) do ciclo PDCA é fundamental, pois é onde as ações planejadas são realmente implementadas. Nessa fase, a equipe executa o plano definido anteriormente, assegurando que todos os envolvidos estejam capacitados e cientes de suas funções. A execução deve ser rigorosamente seguida, com alocação adequada de recursos como pessoas, tempo e materiais. Manter relatórios regulares

sobre o andamento do processo e incentivar a equipe a compartilhar suas experiências pode ajudar a identificar problemas rapidamente. Se ocorrerem desvios em relação ao plano, a equipe deve estar pronta para identificar as causas e buscar soluções. Flexibilidade é fundamental nesta fase, permitindo que ajustes sejam feitos conforme necessário. Durante essa implementação, é crucial coletar dados relevantes. Isso inclui registrar métricas de desempenho, custos e qualquer outra informação que ajude a avaliar o sucesso da ação. A documentação é vital, pois permite que a equipe analise o progresso.

Verificar (check)

É uma etapa crucial que permite avaliar a eficácia das ações implementadas na fase anterior. Nela os resultados obtidos são comparados com os objetivos e metas definidos na etapa de planejamento, permitindo identificar os ajustes necessários. Para realizar essa verificação, é necessário coletar dados relevantes, tanto quantitativos quanto qualitativos. Isso pode incluir métricas de desempenho, feedback de clientes e observações diretas do processo. Gráficos de controle podem ser utilizados para facilitar essa análise, permitindo que a equipe identifique desvios e compreenda as causas subjacentes. Promover reuniões de revisão é uma prática comum, onde a equipe discute os resultados, compartilha percepções e coleta opiniões sobre as ações implementadas. Ao final dessa etapa, é produzido um relatório de desempenho que documenta as descobertas de forma acessível a todas as partes interessadas. A etapa Check não apenas avalia, mas também fundamenta as decisões para a continuidade do processo de melhoria contínua.

Agir (Act)

É a etapa onde se toma ação com base nas verificações e feedback da fase anterior. O objetivo dela é implementar os ajustes observados na avaliação. Essa etapa envolve comunicar as mudanças a todos e garantir que haja treinamento ou suporte necessário para a adoção das novas práticas. O engajamento da equipe é crucial para o sucesso das ações. Por fim, essa etapa não é um ponto final, mas um novo começo no ciclo de melhoria contínua. As ações tomadas podem levar a novas questões ou oportunidades de melhoria, que deverão ser abordadas na próxima

rodada do ciclo PDCA. Assim, fecha o ciclo atual e prepara o terreno para o início do próximo ciclo de planejamento e execução.

1.4 Boas práticas de gestão financeira

As boas práticas de gestão financeira referem-se ao conjunto de estratégias e procedimentos que visam otimizar a administração dos recursos financeiros de uma organização. Essas práticas são essenciais para garantir a saúde financeira, a rentabilidade e a sustentabilidade a longo prazo do negócio. Elas englobam diversas atividades, incluindo:

- Controle de fluxo de caixa: Monitorar o dinheiro que entra e sai do negócio.
- Orçamento: Planejar e acompanhar os gastos e receitas.
- Análise de custos: Identificar e gerenciar os custos operacionais.
- Previsão financeira: Prever resultados financeiros futuros com base em dados atuais.
- Gestão de investimentos: Decidir como investir os recursos financeiros disponíveis.
- Análise de rentabilidade: Avaliar a lucratividade de produtos, serviços ou projetos.
- Gestão de crédito: Administrar e monitorar as dívidas e créditos da empresa.
- Relatórios financeiros: Preparar e interpretar relatórios para tomar decisões informadas.
- Planejamento tributário: Minimizar os impostos pagos pela empresa de forma legal e eficiente.

1.5 Gestão de Risco

Gestão de Risco pode ser considerada como o conjunto de atividades coordenadas que tem como objetivo controlar uma organização em relação a potenciais ameaças, seja qual for a manifestação. Essa gestão tem como finalidade antecipar as ameaças e minimizar os efeitos dos riscos sobre os resultados do seu negócio.

Embora seja um trabalho preventivo, os benefícios da gestão de risco quando o risco se concretiza, mesmo sem ter sido previsto. Neste cenário a gestão de risco tem comportamento rápido para dar as respostas as possíveis mudanças.

Além de trazer benefícios a gestão de risco oportuniza o acesso à informação adequada sobre as atividades e operações das organizações. Possibilitando um planejamento e controles para a organização dos recursos, tanto humanos quanto materiais, de forma a reduzir o mínimo possível dos impactos negativos dos riscos na organização.

Portanto um sistema de alerta permite que a organização agir com base em diretrizes e controle adequados, prevenindo desta forma, crises e surpresas indesejadas.

O processo de gestão de risco, segundo orientação técnica da ABNT ISO 31000:2018 é um conjunto de atividades coordenadas para dirigir e controlar uma organização no que se refere a risco.

2 EMPREENDEDORISMO

Empreender é muito mais do que abrir um negócio e gerar empregos. também é trazer oportunidades de mudanças para o mercado de trabalho com ideias que possibilitam a inovação de produtos e serviços na vida de pessoas. É saber identificar oportunidades e transformá-las em negócios, é assumir um risco ao tentar pôr em prática suas ideias.

O empreendedorismo no nosso país cresceu a partir do século XX e expandiu-se com a globalização e a digitalização na virada do século XXI. Um dos nossos primeiros empreendedores de sucesso foi o Barão de Mauá (Irineu Evangelista de Sousa). Filho dos portugueses João Evangelista de Ávila e Sousa e Mariana de Jesus Batista de Carvalho, o Barão, por meio da escravidão, conseguiu empreender rapidamente, Primeiro como barão, título recebido após construir a primeira estrada de ferro da América do Sul, e vinte anos depois, visconde de Mauá, Irineu Evangelista de Sousa é o principal representante dos primórdios do capitalismo na América do Sul,

2.1 Empreendedor (MEI)

Sigla (MEI) significa MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL é um modelo empresarial simplificado. Onde anualmente posso ter um faturamento no total de R\$ 81, Mil.

2.1.1 Como Funciona?

É um modelo empresarial simplificado para autônomos e pequenos empreendedores, ao abrir MEI, o profissional que deseja trabalhar por conta própria passa a ter um CNPJ e, assim, pode emitir notas fiscais, além de contar com direitos de uma pessoa jurídica, como aposentadoria, auxílio-doença e auxílio-maternidade. Torna-se mais fácil também a solicitação de crédito e abertura de conta bancária.

Uma das grandes vantagens de ser MEI é a simplicidade de regularização. O processo de abertura é feito 100% pela internet. Para se manter, é necessário pagar apenas um valor fixo por mês, que é referente aos tributos da atividade que você

exerce. O imposto é recolhido por meio de um único boleto: o DAS (Documento de Arrecadação Simplificada).

2.1.2 Como ser Mei?

Para ser registrado como MEI, a primeira questão a ser considerada é a área de atuação, pois como dissemos, ele foi criado com o objetivo de regularizar profissionais informais. Por isso, a atividade deve constar na lista oficial da categoria.

- O passo a passo para se tornar um Microempreendedor Individual é:
- Acesse o Portal do Empreendedor
- Clique em Quero ser MEI e, em seguida, em “Formalize-se”
- Crie uma conta “gov.br” ou acesse com o seu CPF, caso já tenha
- Siga as instruções em tela. Nessa etapa, serão solicitados os seus dados pessoais, tais como número de RG e CPF, número da declaração do Imposto de Renda, endereço residencial e telefone de contato
- Defina as atividades que serão exercidas, o nome fantasia da sua empresa e informe o local de onde irá trabalhar, por exemplo, de casa, via internet, em um endereço comercial etc
- Confira todos os dados informados, preencha as declarações solicitadas e finalize a sua inscrição.

3 COMO A TECNOLOGIA PODE AJUDAR NO CONTROLE DOS SEUS RECURSOS

Vivemos em um mundo onde a tecnologia tem um papel crucial na estruturação e otimização de diversos aspectos de nossas vidas, o universo financeiro não é uma exceção. A tecnologia revolucionou a gestão financeira das empresas. Antes, os processos manuais predominavam, resultando em erros e atrasos. Agora, ferramentas tecnológicas simplificam e aperfeiçoam a gestão financeira, oferecendo coleta de dados precisa, análise profunda e decisões bem fundamentadas.

Automatizar tarefas rotineiras libera tempo para atividades estratégicas, enquanto sistemas automatizados permitem o monitoramento em tempo real das transações, reduzindo erros e fraudes e proporcionando uma visão clara da saúde financeira. A criação de relatórios personalizados e o acesso rápido às informações financeiras facilitam decisões ágeis e estratégicas.

3.1 Benefícios do Uso da Tecnologia para controle de recursos.

O emprego da tecnologia para os controles recursos oferece uma série de benefícios significativos para as empresas.

Primeiramente, a automação de processos para reduz a necessidade de intervenção manual, resultando em maior eficiência e diminuição de custos operacionais. Por exemplo, a implementação de sistemas de gestão financeira automatizados elimina a necessidade de inserir dados manualmente e simplifica o processo de reconciliação de contas.

Ademais, a tecnologia viabiliza uma análise mais detalhada e precisa dos dados, permitindo que as empresas identifiquem áreas de melhoria e tomem decisões mais informadas.

A tecnologia também potencializa a transparência e a conformidade, assegurando que todas as operações financeiras sejam realizadas de acordo com as políticas e regulamentos estabelecidos.

- **Automatização:** Reduz a intervenção manual, aumentando a eficiência e diminuindo custos.
- **Análise Detalhada:** Permite uma análise mais precisa dos dados, ajudando a identificar áreas de melhoria.
- **Transparência e Conformidade:** Garante que as operações estejam em conformidade com políticas e regulamentos.
- Esses fatores juntos resultam em uma gestão financeira mais eficiente e informada.

4 MARKETING

O marketing chegou ao Brasil em 1954, por meio da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, onde se tornou conhecido no mercado empresarial e era utilizado pelos empresários. Exatamente nessa década o marketing moderno e a Televisão começam a ser marcados no Brasil, ainda dominado pelos jornais, revistas e rádios em termos de publicidade. Com o passar dos anos o cliente se tornou mais exigente e devido o avanço da tecnologia, as estratégias de Marketing foram se atualizando, surgiram as definições de público-alvo, segmentação de mercado, estudo de mercado entre outras coisas necessárias para atender as necessidades do consumidor e se destacar dentre outras empresas.

O marketing é o conjunto de estratégias e ações focadas em estudar as demandas do cliente e atrair criando um relacionamento de empresa para consumidor. O estudo de marketing vai muito além de vender seu produto ou serviço, podemos dizer que marketing é o processo de entender as necessidades e desejos do mercado e satisfazê-los de forma lucrativa. Para isso, é preciso entender o mercado, realizar pesquisas, analisar dados, criar e gerenciar produtos, precificar, inovar. Marketing é a atividade, o conjunto de instituições e os processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.

Essa definição mostra a abrangência da concepção de marketing. O foco dessa atividade não é vender produtos para clientes, como muitos poderiam pensar. O marketing trabalha com a geração de valor, e isso deve acontecer na percepção dos diferentes públicos sobre o custo-benefício que a empresa entrega. O marketing identifica necessidades e desejos não preenchidos. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado e o potencial de lucro. Ele aponta quais segmentos da empresa são capazes de servir melhor e cria e promove os produtos e serviços mais apropriados. Sendo no geral suprir necessidades gerando lucro, que é o objetivo central e é ele quem garante a sobrevivência e competitividade no mercado.

As pequenas empresas enfrentam grandes desafios quando se trata de planejamento de marketing. Além disso, é comum que falem profissionais

qualificados para desempenhar essa função, o que contribui para que muitos fracassos sejam atribuídos à má gestão. Esses problemas são agravados pela carência de conhecimento sobre negócios, falta de experiência no setor e dificuldades em administrar o próprio empreendimento. Com a mudança do mercado e o aumento do consumo as empresas tiveram que se reinventar nas propagandas e estratégias, assim atendendo especificamente as procuras de cada cliente e deste modo, a oportunidade de atender cada consumidor de uma forma específica.

5 FERRAMENTAS DO MARKETING: OS 4PS

Os anos 1950, Neil Borden, professor de Publicidade da Universidade de Harvard, criou o termo Mix de Marketing, que definia os elementos fundamentais para um planejamento de marketing, e ao longo do tempo eles foram sendo aperfeiçoados. Em 1967, Philip Kotler, considerado o pai do marketing moderno, cunhou o termo 4Ps do Marketing e apresentou-os como pilares do segmento.

Produto: Refere-se ao bem ou serviço que a empresa oferece ao mercado para satisfazer uma necessidade ou desejo dos consumidores. Incluindo o design, a qualidade, as funcionalidades, a embalagem, o ciclo de vida do produto e qualquer serviço adicional associado, como garantias e suporte técnico.

Preço: É a quantidade de dinheiro que os clientes devem pagar para adquirir o produto. A estratégia de precificação pode impactar diretamente a percepção de valor do produto, a competitividade no mercado e a margem de lucro da empresa. Fatores como custos de produção, concorrência e demanda influenciam as decisões de precificação.

Praça: Refere-se aos canais e métodos usados para entregar o produto ao consumidor final. Envolve decisões sobre locais de venda (lojas físicas, e-commerce), logística, armazenamento e gerenciamento de estoque. A escolha de canais de distribuição pode afetar a acessibilidade e a conveniência para os clientes.

Promoção: Envolve todas as estratégias e táticas usadas para divulgar e promover o produto ao público-alvo. Isso inclui publicidade, relações públicas, vendas pessoais, promoções de vendas e estratégias de marketing digital, como redes sociais e marketing de conteúdo. O objetivo é aumentar a visibilidade, atrair clientes e impulsionar as vendas.

6 SITE UNDERTAKE

A internet tem sido um apoio indispensável para os empreendedores em geral o site “Undertaker” visa oferecer suporte e conhecimentos básicos aos microempreendedores, o site oferece uma série de recursos, como planilhas, ferramenta de planejamento estratégicos e até podcasts. Possui fácil navegação e proporciona acesso rápido a informações e materiais relevantes, sendo assim uma ferramenta útil para fundadores de diferentes estágios de desenvolvimento.

7 CONCLUSÃO

a importância do planejamento financeiro e da gestão estratégica para o sucesso de um empreendimento. A falta de conhecimento e habilidades em áreas como separação de finanças pessoais e empresariais, controle de custos e planejamento de investimentos afetam qualidades de sobrevivência de negócios, especialmente de microempreendedores. Para reverter essa situação, o propõe-se que o empreendedorismo seja fortalecido por meio da educação financeira, abordando conceitos como fluxo de caixa, análise de equilíbrio e os pilares de consideração, registrar, revisar e realizar. Além disso, a metodologia PDCA (Planejar, Fazer, Checar, Agir) é apresentada como uma ferramenta essencial para implementar e monitorar estratégias, promovendo melhorias contínuas. Em resumo enfatiza que o sucesso e a estabilidade empresarial dependem de um planejamento financeiro sólido e de práticas de gestão eficazes que garantem decisões seguras e alinhadas aos objetivos de longo prazo do negócio

O estudo cumpre seus objetivos ao abordar uma série de temas essenciais para capacitar empreendedores, principalmente microempreendedores, na gestão de seus negócios. Desde a conscientização sobre os desafios comuns, como a dificuldade em salvar as finanças pessoais das empresas, até a necessidade de uma educação financeira estruturada, o texto apresenta orientações práticas sobre planejamento financeiro e gestão estratégica. A proposta inicial de ajudar novos empreendedores a superar dificuldades é cumprida ao detalhar conceitos de planejamento financeiro, abordando aspectos como fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e impasse

Além disso, o trabalho propõe uma metodologia clara, através do ciclo PDCA (Planejar, Fazer, Checar, Agir), que facilita a implementação das estratégias financeiras e de gestão. Esse ciclo oferece uma estrutura prática e contínua para que os empreendedores possam monitorar, avaliar e ajustar suas práticas financeiras e administrativas

Ao organizar o conteúdo em pilares fundamentais reconhecer, registrar, revisar e o

também apresenta uma visão didática e acessível, que facilita a compreensão e aplicação de conceitos para empreendedores que não possuem conhecimento técnico prévio. Portanto, o trabalho é mostrado alinhado aos objetivos propostos, de fornecer uma base educacional sólida e uma abordagem prática para que os empreendimentos possam desenvolver e sustentar seus negócios de maneira eficaz.

REFERÊNCIAS

CONTABILIZEI. Blog pós 10 anos. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/mei>. Acesso em: 10 nov. 2024.

FUNDAÇÃO SEBRAE. Empreendedorismo e gestão. SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/referencia-site-abnt-artigos/>. Acesso em: 01 ago. 2024.

LAWRENCE, J. Gitman. Princípios da Administração. 12. ed. São Paulo: Pearson Universidade, 2009.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Diretrizes - Gestão de Riscos. Brasília, 2018. Disponível em: https://dintegcgcin.saude.gov.br/attachments/download/23/2018%20-%20Diretrizes%20-%20Gest%C3%A3o%20de%20Riscos_ABNT%20NBR%20ISO%2031000.pdf. Acesso em: 01 ago. 2024.

OLIVEIRA, Marcos Ribeiro. Manual prático para planejamento financeiro. Cruzeiro do Sul, 2024. Disponível em: <https://www.cruzeirodosul.edu.br/wp-content/uploads/2021/07/Produto-MARCOS-ROBERTO-DE-OLIVEIRA.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2024.

SEA. O processo de gestão de riscos. Santa Catarina, 2023. Disponível em: <https://wordpress.sea.sc.gov.br/site/cqe/wp-content/uploads/2023/08/SIG-E-book-7-O-Processo-de-Gestao-de-Riscos.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2024.

VIRZI, Alexandre Hansen. Revista Planejamento Financeiro. Sielo Brasil, 18 jun. 2013. Fascículo jul. 1990.