

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: de onde vem o sucesso das empresas?

STRATEGIC PLANNING: Where does business success come from?

Dayane Natiele Apolinário Da Silva
Franciele Pereira Elias
Joany Márcia Santos Galvão
José Vitor Campos Menezes
Lavínia Paula De Faria
Maria Eduarda Henriques Lima

RESUMO

A importância do planejamento estratégico para as empresas a fim de traçarem metas e conseguirem alcançar seus objetivos, validando a permanência da marca sólida no mercado e se a mesma está preparada a sobressair sob desafios e ameaças. Neste contexto, o planejamento estratégico veio se firmando nas empresas, como meio de orientação dos rumos e das ações da organização em seus ambientes externo e interno. As empresas que determinamos a entrevistar e conhecer melhor é a My Fitness, My House e o Posto Liber marcas de sucesso na cidade de Pará de Minas que estão se destacando cada vez mais. O presente trabalho foi voltado para o crescimento da empresa, abordamos a essência de cada uma, e quais suas estratégias no mercado, o motivo de se destacarem e o seu reconhecimento na cidade e região. Sendo assim, o sucesso não é obtido de uma ação isolada, mas sim da soma de várias ações assertivas. Além disso, para ter uma empresa de sucesso é fundamental manter a organização, moderna e seguir as tendências do mercado. Contudo, observamos o quanto é necessário ter conhecimento sobre empreendedorismo e gestão empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento estratégico; crescimento; sucesso; empreendedorismo; gestão empresarial.

ABSTRACT

The importance of strategic planning for companies in order to set goals and achieve their objectives, validating the permanence of the solid brand in the market and if it is prepared to stand out under challenges and threats. In this context, strategic planning has been establishing itself in companies, as a means of guiding the organization's directions and actions in its external and internal environments. The companies that we determined to interview and get to know better are My Fitness, My House and Posto Liber, successful brands in the city of Pará de Minas that are increasingly standing out. The present work was focused on the growth of the company, we approach the essence of each one, and what are their strategies in the market, the reason they stand out and their recognition in the city and region. Therefore, success is

not obtained from an isolated action, but from the sum of several assertive actions. In addition, to have a successful company it is essential to keep the organization modern and follow market trends. However, we observed how much it is necessary to have knowledge about entrepreneurship and business management.

KEYWORDS: Strategic planning; growth; actions; success; entrepreneurship; business management.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho consiste na demonstração da importância de um Planejamento Estratégico, abordando diversos conceitos teóricos e práticos ligados à administração, que analisados detalhadamente, auxiliou para construção de uma marca – com o objetivo de expandir seu nível de competitividade e atrair novos mercados. As empresas em estudo atuam em segmentos diversos, são casos de sucesso da cidade de Pará de Minas. Porém, é notório que nem todas as organizações possuem um plano de negócio a fim de auxiliar e possibilitar vantagens competitivas, logo, aborda-se neste projeto o desenvolvimento das atividades a serem executadas para obter sucesso no empreendimento.

Nota-se que hoje em nossa cidade temos vários exemplos negativos de empresas que não se estruturaram no mercado, como resultado, não conseguiram se manter a médio e longo prazo. Apesar de terem ideias inovadoras, não atingiram o patamar de vendas desejado. Muitas das vezes sendo marcas que trabalham com produtos não básicos, ou seja, aqueles que tem grande rotatividade, mas apenas em determinado período e de acordo com a tendência do momento. O empreendedor deve entender a importância de controlar em seu nicho, os desejos e necessidades do público a fim de ter um retorno sólido, criando uma marca forte e com valores.

“O crescimento deve ser elaborado para que o progresso seja contínuo e a longo prazo, é necessário traçar as diretrizes para o estabelecimento dos planos de ação que resultarão em vantagens competitivas. Quanto mais forte a tempestade e maior o balanço do mar, mais o timoneiro precisa estar atento e seguro aos desafios das águas por onde navega.”

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico**. Elsevier Brasil, 2004.

A elaboração do Planejamento Estratégico é relevante para que a organização identifique os desafios do mercado e os efeitos para o seu futuro de sucesso; e ainda, identificar as oportunidades de negócio mais promissoras para a companhia. É preciso

conhecer o nível de satisfação dos consumidores, com foco em uma melhor gestão dos negócios, desenvolvendo sempre estratégias para atrair e reter clientes, e continuar exercendo o mesmo nível de qualidade de serviços para todos, para uma expansão coerente.

Levando-se em consideração esses aspectos, o trabalho se baseará em pesquisa exploratória, utilizando-se dos meios de estudo de casos de sucesso de empresas da região, pesquisa bibliográfica e documental. O trabalho conceberá seu próprio método de construção do Planejamento Estratégico, tendo em vista auxiliar as empresas a obterem sucesso.

OBJETIVOS

Desse modo, o presente estudo tem por objetivo, principal analisar, expor e entender os caminhos que as empresas de sucesso da nossa região trilharam e continuam seguindo. Faremos um estudo através de entrevistas, buscando analisar de forma crítica. Ademais o foco é reconhecer o valor da marca e entender o planejamento que levou ao sucesso. Contudo apresentaremos o material coletado com empresários de Pará de Minas que tem sua marca reconhecida na cidade.

2 METODOLOGIA

A metodologia é composta do detalhamento dos meios desenvolvidos para execução deste artigo. De acordo com José Matias Pereira:

A teoria científica resulta das observações e dos experimentos, de modo que a experiência não tem simplesmente o papel de verificar e confirmar conceitos, mas tem a função de produzi-los. O processo de pesquisa está apoiado, em especial, na sistematização dos procedimentos, revestida de um tratamento metodológico comumente denominado de científico. (PEREIRA,2019).

Vergara (2000, p. 47) argumenta que a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. “Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”. O autor cita como exemplo a pesquisa de opinião.

Esse tipo de pesquisa, segundo Selltiz et al. (1965), busca descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos.

Esse trabalho foi estruturado a partir do pressuposto de analisar casos reais de empresas regionais, que utilizaram de maneira correta o seu plano estratégico de negócio e com isso, são consideradas modelos de sucesso. Através de entrevistas serão relatados ao longo do presente trabalho, informações que reforcem tais afirmações sobre as estratégias que levaram o crescimento dessas organizações.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

É notório a importância do planejamento estratégico para as empresas a fim de traçarem metas e conseguirem alcançar seus objetivos, validando a permanência da marca sólida no mercado e se a mesma está preparada a sobressair sob desafios e ameaças.

O plano de negócio é uma ferramenta imprescindível utilizada para restringir possíveis erros na fase inicial, e também para analisar a viabilidade do negócio. Entrevistamos algumas empresas do município de Pará de Minas, afim de entender o caminho trilhado para o sucesso e reconhecimento da marca. As entrevistas realizadas objetivaram identificar possíveis pontos de semelhança entre elas para o crescimento contínuo, embora sejam de setores distintos.

Conforme Porter (1989), sem planejamento uma empresa “corre o risco de se transformar em uma folha seca, que se move ao capricho dos ventos da concorrência”.

Esse estudo é o ponto de partida que deve haver nas organizações que buscam excelência, focando em trazer prosperidade. É uma ferramenta de gestão que descreve onde a empresa quer chegar e os meios para isso.

Segundo SOBANSKI (1995), o crescente dinamismo e a competitividade encontrados no ambiente empresarial vêm gerando novas formas de organização e interação entre os diversos agentes econômicos e sociais, ao mesmo tempo em que induzem à criação e consolidação de instrumentos e estilos de gestão adaptados às novas necessidades. Neste contexto, o planejamento estratégico veio se firmando nas

empresas, como meio de orientação dos rumos e das ações da organização em seus ambientes externo e interno.

Existem diversas ferramentas de gestão que auxiliam para a tomada de decisão, mas acreditamos que a análise SWOT e as cinco forças de Porter trazem resultados significativos para esse estudo.

A cada dia novos negócios são iniciados e estes, por sua vez, nem sempre alcançam o sucesso esperado. Com isso muitos acabam fechando em pouco tempo. O presente estudo vem tratar deste tema de importante relevância para a sociedade. Assim, esta pesquisa volta-se para o empreendedorismo na região. Estas foram escolhidas devido a sua grande representatividade e importância em Pará de Minas. Diferentes motivações que levam as pessoas a empreenderem, o que se relaciona muitas vezes ao perfil do empresário que estará à frente dos negócios.

Uma das empresas escolhida a entrevistar e conhecer melhor é a My Fitness, uma marca e organização de sucesso na cidade de Pará de Minas que está se destacando no setor de roupas de academia. Mariana Faria, proprietária, nos contou que o sonho de ter uma confecção existia desde criança, é filha de pai e mãe donos de loja de aviamentos, sobrinha de costureiras e a criação sempre fez parte da sua rotina. No TCC da faculdade de administração de empresas analisou a viabilidade mercadológica da abertura do tão sonhado negócio e o ramo fitness foi definido baseado no momento da vida que estava, além da alta do ramo no mercado no geral.

Na sua opinião há grande importância de planejamento estratégico, pois sem ele as ações se perdem e os objetivos acabam ficando mais distantes da realidade. Organizar e planejar para saber como agir em cada momento é fundamental, sem dúvidas.

Logo no início da empresa ela teve uma base mais sólida na faculdade, além do aprendizado na vivência do negócio dos pais e demais trabalhos que desempenhou no decorrer dos anos antes de iniciar com a My Fitness, o planejamento sempre fez parte da rotina no papel de administradora da confecção e das lojas.

Segundo Mariana, é necessário planejar em tempos de rápidas mudanças nos cenários interno e externo, claro que vez ou outra são pegadas de surpresa, ainda mais nos tempos que vivemos, cenários de pandemia e guerra, se torna inevitável passar por alguma situação que tenha fugido dos planos. O que se deve fazer é reagir bem a tal mudança, para que o impacto não seja relevante.

Conforme disseram, mais importante do que um bom planejamento estratégico é implantar a estratégia planejada. De nada adianta um plano sem uma execução, colocar em prática é de suma importância quando falamos de estratégia.

De acordo com a proprietária o seu maior desafio como líder é delegar. “Trabalhei na loja dos meus pais durante 6 anos, e depois como vendedora em outra loja da cidade durante 5 anos, e já estou à frente da My Fitness a 8 anos, e essa bagagem ainda é pouca quando o assunto é delegar.”

Ela contou ainda que quando começou, tinha a irmã como sócia, e juntas decidiram abrir a primeira filial, em Divinópolis. Na semana da inauguração a sócia decidiu que não dava mais para ela, e escolheu sair da sociedade. Para ela foi um grande susto, grande desafio estar sozinha à frente das duas lojas em cidades diferentes, além da confecção. “Não tinha muito o que fazer além de ir adiante com o plano, mas acabei não dando conta e desistindo no segundo ano. Vendi a loja para uma franqueada.”

O diferencial da empresa é prezar pela qualidade da matéria prima que escolhe e procurar sempre inovar em modelagens novas e tendenciosas. Além disso, a proprietária sabe que o preço tem grande influência quando se trata do diferencial da sua empresa, My Fitness, que atende com qualidade igual e preço inferior ao comparado no mercado concorrente.

Contudo, nestes dois últimos anos a marca se fortaleceu muito, passando pela pandemia que abalou todo o mundo, porém se tem ciência das ameaças externas como concorrentes por exemplo, e é claro também tem ciência das fraquezas internas. Contou-nos ainda que estão passando por um processo de estruturação na confecção para poder atender melhor o mercado online e progredir sempre.

Analisamos também uma empresa de grande representatividade na cidade. No dia 19 de outubro de 2022, fizemos uma entrevista com Ricardo Matoso, proprietário do posto Liber, e Djavan Laurentys responsável pelo marketing da empresa, e nos foi contado um pouco da história do empreendimento.

Em 1969 nasceu o Posto Paraense, com três sócios. Com o passar dos anos, foram construídos mais dois Postos Paraense. Em novembro de 2018, os sócios separaram e o Posto Paraense, localizado na Rua Manoel Batista, 55, passou a chamar “Liber Postos”, neste momento, o proprietário Ricardo Matoso sentiu a necessidade de mudanças, inovação e grandes melhorias para seu empreendimento. Começou então investir em várias áreas da empresa, agregou muito valor ao posto, e ainda permanece sua paixão e sede de crescimento constante, sempre preocupado com a qualidade dos seus produtos e

serviços. Tudo isso resultou em um grande sucesso, se tornando referência em qualidade, transparência e atendimento.

Trabalham com a bandeira de combustíveis IPIRANGA. E nos foi apresentado que a rede sempre faz um teste de qualidade dos produtos ofertados, principalmente o combustível. Funciona da seguinte forma: é um programa completo de qualidade que conta com Laboratórios Móveis denominados Veículos de Controle da Qualidade (VCQ) que visitam diariamente os postos IPIRANGA — escolhidos aleatoriamente — para testar e comprovar a origem controlada dos produtos, além de checar a qualidade dos mesmos por meio do ensaio de itens especificados pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), protegendo o consumidor dos riscos de abastecer seu veículo com combustíveis fora dos padrões estabelecidos pela legislação vigente.

É importante ressaltar, que o posto Liber sempre obtém os melhores resultados nesse teste de qualidade, trazendo ainda mais credibilidade para o posto.

Além dos combustíveis, no Liber Auto Center, possuem especialistas em troca de óleo, freios, suspensão, pneus multimarcas, alinhamento, balanceamento, sistemas de arrefecimento e muitos outros reparos rápidos. Ainda para a comodidade do cliente contam com serviço de "busca e entrega", e ainda possuem a ducha rápida.

Um fato curioso discutido na entrevista foi sobre o público alvo do posto, que na maioria das empresas deste ramo é masculino, já o posto Liber tem um público maior feminino, mulheres de 25 a 45 anos, representam mais de sessenta por cento dos seus clientes, essa confiança adquirida ao longo dos anos se dá ao atendimento diferenciado a esse público, os colaboradores são orientados a sempre explicar o processo que está sendo feito em seu veículo, gerando assim confiança, e claro fidelizando os clientes, eles visam atrair cada vez mais este público. Ricardo Matoso conseguiu ter uma visão estratégica, e incluiu produtos e serviços atrativos para seu público alvo.

Outro ponto importante, é o local onde hoje se encontra, de fácil acesso, com estacionamento, e agora com um crescimento para as empresas de conveniências que estão instaladas, como por exemplo: farmácia, loja de lingerie, e a barbearia. Tudo em um só lugar.

Trabalhando sempre o Instagram, mantendo as promoções em dia, como por exemplo, o dia da ducha grátis, estoure o balão e ganhe.

Em 2009, lançaram uma loja de conveniência completa, onde o cliente pode fazer uma compra rápida, segura e sem filas, com o máximo de comodidade possível. Na loja

o cliente encontra produtos de higiene pessoal, produtos para cozinha, congelados, doces e chocolates, uma linha completa de cervejas convencionais e artesanais, carvão, gelo e também possuem deliciosos lanches.

Recentemente remodelaram o layout da loja de conveniência, tornando um lugar ainda mais agradável, com uma estrutura aconchegante para construir relacionamentos, fazer network, levar a família... seja qual for seu objetivo, a lanchonete do Liber é o espaço ideal para você tomar um delicioso café e desfrutar de bons momentos.

Hoje com o personagem do posto Dr Liber, trazendo humanização ao negócio, sempre de forma espontânea e aconchegante. Atualmente são uma franquia AMPM, ou seja, funcionamento 24h.

E para complementar nossa análise, entrevistamos também a Loja Myhouse, localizada na Av. Presidente Vargas, 445, na cidade de Para de Minas. Foi uma das lojas referências escolhidas por nos alunos do sexto período de administração. A loja é especialista em lista de casamentos, decoração, cama, mesa e banho e sempre trazendo o que mais tem de inovador no mercado. Antes de se tornar a Myhouse, a loja se chamava Levi, no Centro da cidade em uma ótima localização, mas com o espaço limitado não permitindo a expansão da loja. Sendo assim, depois de anos de mercado com muitas pesquisas e principalmente a necessidade de uma loja com o perfil na cidade, surge uma nova loja em um novo endereço e com uma estrutura muito melhor, com variedade de produtos e sendo referência na cidade em cama, mesa, banho e malas com uma equipe qualificada para atender as necessidades de quem os procura. A Myhouse é o resultado de uma transformação.

Segundo Simone Silva, a proprietária da loja nos relatou o quanto é importante o planejamento estratégico e que “a empresa surge primeiramente na mente do empreendedor, o que não significa ser um sucesso para o mercado. Por isso é necessário fazer análise de mercado, ponto estratégico, perfil de mercadoria, montagem, por competitividade de preços, tribulações por itens”.E também alertou que “as oportunidades de melhoramento da empresa ocorrem o tempo todo. O empresário precisa estar atento às mudanças do mercado e estar amparado por profissionais capacitados”.

Como o mercado é cercado de desafios para Simone não é diferente. Todo o mês é planejado o teto de gastos da empresa. Porém no decorrer do mês pode ocorrer oportunidades com preços mais atrativos, sendo necessário rever o planejamento e ajustar de acordo com a necessidade.

A Myhouse conta com produtos de alta qualidade, climatizada e bem dimensionada com boas áreas de circulação, acessibilidade, estacionamento próprio, atendimento personalizado, com condições de pagamento excelentes, se diferenciando e destacando na cidade, sendo a maior loja física do seguimento na região para proporcionar a melhor experiência para o cliente.

Por fim, Simone Silva nos concedeu um spoiler do que está por vim com uma meta de triplicar as vendas, usando ferramentas importantes como do Google, Meu negócio, Facebook, Instagram, WhatsApp etc...

Notou-se uma semelhança entre eles, trabalham bem o marketing, entendem o mercado que estão inseridos, e o principal, não estagnaram no tempo, continuam evoluindo buscando inovações, lançando promoções, e principalmente acompanhando a moda, são empresas humanizadas que apesar do destaque na cidade, continua com o atendimento humano, um bom atendimento. Apesar que a tecnologia está logo ali, o contato humano, um atendimento realizado de forma eficaz e aconchegante atraem o público.

Para obter bons resultados, é preciso do básico, trabalhar bem os 4p's. e o principal, entender e lidar bem com o público.

3.2 APLICAÇÃO

O trabalho foi aplicado utilizando a rede social Instagram, a fim de atingir a sociedade, com postagens, e divulgações, iremos postar as entrevistas, junto ao conteúdo do trabalho. **adm_napratica2**

As entrevistas aconteceram virtualmente e presencialmente, fizemos em um formato mais dinâmico, um bate papo com as empresas, sem muita formalidade, se baseando no seguinte roteiro:

- Conte-nos resumidamente como surgiu a sua empresa.
- Na sua opinião qual a importância do Planejamento Estratégico para uma empresa?
- Logo no início da empresa existia um planejamento ou foi algo trabalhado com o crescimento?
- É possível planejar em tempos de rápidas mudanças nos cenários interno e externo?

- Dizem que mais importante do que um bom planejamento estratégico é implantar a estratégia planejada. Você concorda com esta afirmação?
- Qual o maior desafio para você, como líder, na execução da estratégia planejada?
- Alguma vez você teve que rever o seu planejamento por causa de um evento inesperado? Poderia dar um exemplo? O que você fez?
- O que você considera o diferencial da sua empresa?
- Quais, na sua opinião são as ameaças e fraquezas da empresa x.?

Percebemos no diálogo, como não havia aquela formalidade de encontrar as palavras perfeitas, a conversa fluiu e obtivemos mais respostas que um questionário formal, hoje cada vez mais os empresários estão com seu tempo contado, e parar um pouco para uma conversa se torna muito mais agradável que simplesmente responder questionários previamente prontos.

O diálogo e as respostas foram descritos acima, na parte de desenvolvimento onde explicamos um pouco de cada entrevista. Mas brevemente falando, a entrevista realizada com a ceo da My Fitness, Mariana, foi realizada online, via e-mail, o primeiro contato foi pelo Instagram, e fomos na loja para conhecer, e tirar uma foto, na ocasião a mesma explicou como sua rotina é corrida, pois ela gerencia as 2 lojas mais a fábrica. Expôs também sua vontade de crescimento, sua simpatia e carinho são contagiantes, tornando o local agradável. Com o posto Liber, de imediato se prontificou em nos receber, onde o mesmo foi visitado, informou e mostrou em detalhes seu empreendimento, mostrando como tem crescido, outro ponto que achamos interessante, foi que, ele tenta a todo momento trazer humanização a seu negócio, antes o Instagram era simplesmente postagens, agora, na onda dos vídeos, ele tem se tornado figurinha presente em sua plataforma, confessa para nos sua timidez, que foi vencida após ver os resultados, pessoas se conectam com pessoas, é muito importante esse envolvimento.

4 RELATO DE EXPERIÊNCIAS

Consideramos como maior fonte de aprendizado a experiência de casos de sucesso, e por isso trouxemos para nosso trabalho, relatos de empresas de Pará de Minas que são sucesso, e souberam utilizar das melhores estratégias para a alavancagem de seus projetos.

Pensamos a primeiro momento em algumas empresas da cidade, cinco no total, porém fomos afunilando e percebendo a disponibilidade de cada uma de entender o projeto e nos fornece a entrevista, tivemos muita dificuldade com a empresa D, onde a mesma não respondeu quase nenhuma pergunta, somente aconteceu a mensagem de cordialidade, agradecendo pelo convite, a empresa C, por ventura não pôde nós fornecer os dados necessários, agradecendo também por consideramos ela uma empresa forte, por fim; as empresas entrevistadas foram Liber Center, My Fitness e My house.

A escolha dessas empresas foi também reconhecimento do ótimo trabalho de empresários da região, que se esforçam a cada dia para se destacar no mercado que está cada vez mais competitivo.

As informações foram entregues através de um questionário com perguntas criadas pelo próprio grupo, relacionadas ao tema em questão “Planejamento Estratégico”. Foram encaminhadas aos empresários das empresas escolhidas de forma digital, obtivemos um retorno muito receptível das empresas e com isso conseguimos informações que engrandeceram nosso trabalho.

Um ponto em comum já citado acima, foi a facilidade de adaptar à realidade de ambas empresas, hoje a empresa My Fitness já em clima de copa lançou camisas femininas com o símbolo da bandeira, frases, sem contar na presença de ambas no ambiente virtual. Falando um pouco de cada empresa, tivemos uma grande surpresa com a Líber, que se prontificou a fornecer a entrevista, fechando também uma parceria com nosso amigo, integrante do grupo, o confeitiro Jose Menezes, que participou de uma manhã deliciosa, apresentando seus doces na padaria Líber Conveniência, o evento foi divulgado pelo Instagram; **@josemenezesconfeitaria** e **@liber.center**. Essa pequena atitude e disponibilidade da empresa mostra o quanto ela importa com a imagem que é passada por ela, de acolhimento, um local familiar e muito aconchegante.

A empresa **myhouse.parademin**, está impecável com suas decorações natalinas, apostando naquilo que tem de melhor a imagem, sempre inovando, com uma pitada de elegância, e isso é reflexo daquilo já foi conversado, a empresa sempre se mantém presente.

Para divulgação da pesquisa para a sociedade, usamos uma página no Instagram feita para divulgações dos Projetos Integradores, onde formamos um portfólio com o conhecimento adquirido nas pesquisas, e que são entregues de forma prática para várias outras pessoas, principalmente outros estudantes que podem se interessar pela área.

Notamos uma certa dificuldade no quesito, como levar as informações obtidas à sociedade, mas logo pensamos no Instagram, por mais que seja pequeno, o público consegue atingir aqueles que se interessam pelo assunto, ele será mantido ao longo do curso para postagem de assuntos como esse, que agregam conhecimento.

O tema do nosso trabalho abordou o quesito crescimento, não envolvemos muito no setor financeiro das empresas, falando em números, um assunto muito delicado para os empresários exporem. Então resolvemos estudar a essência de cada uma, e como se comportam no mercado, o motivo de serem queridas pelo público e o fundamento de seu reconhecimento na cidade e região.

Portanto, o sucesso de uma organização não é obtido de uma ação isolada, mas sim da soma de várias ações assertivas. Além de um ótimo planejamento, para ter uma empresa de sucesso é fundamental manter a organização sempre atual, moderna e seguir as tendências do mercado, e é claro, sempre conectada nas redes sociais. Vimos o quão necessário é ter conhecimento sobre empreendedorismo e gestão empresarial, além de se informar o máximo possível sobre o seu ramo de atividade e se tornar uma verdadeira autoridade no assunto, através de cursos, palestras, seminários e vivências no dia a dia. Outro aspecto importante é investir em estratégias e processos eficientes, ter uma visão holística na empresa, observando as dificuldades e problemas, agir rápido e ter tomadas de decisão mais assertivas e coerentes com a realidade, e ter processos eficientes. É indispensável ainda, conhecer o cliente. Como empresário, você precisa conhecer ao máximo o seu persona. Portanto, é importante analisar algumas informações fundamentais como: onde ele está? Como ele consome? Como chegar até ele? O que ele espera do seu produto ou serviço? Enfim, é preciso saber exatamente qual é a dor do seu cliente, focando sempre em oferecer o melhor atendimento. Como consequência, você terá mais clientes fidelizados e maior volume de vendas. Diante disto, ainda destacamos o quanto é importante agregar valor ao seu produto/serviço. Demonstrar ao consumidor o real valor do seu negócio e como ele irá beneficiá-lo, destacando todos os seus diferenciais.

Observou-se também a importância da equipe da empresa, é crucial investir em mão de obra qualificada. Na hora de contratar pessoas, busque por pessoas comprometidas com o trabalho e com o sucesso da equipe. Aposte em pessoas dispostas a crescerem e desenvolverem potenciais dentro da sua empresa. Isso também se aplica na escolha dos seus fornecedores e parceiros.

“O sucesso é a soma de pequenos esforços dia sim, repetidos dia sim e no outro também.” - Robert Collier

REFERÊNCIAS

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2021.

PEREIRA, José Matias. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. ed, rev, atua. - São Paulo: Atlas, 2019.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

ANEXOS





