

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

## **O PODER DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA OS NOVOS EMPREENDEDORES**

**CARINE HERCULANO DE OLIVEIRA<sup>1</sup>**

**PRISCILA DA COSTA LEITE<sup>2</sup>**

**LEANDRO MACHADO VIANA<sup>3</sup>**

**CLÁUDIA DE MOURA VASSÃO<sup>4</sup>**

**EDSON OLIVEIRA VIEIRA<sup>5</sup>**

**Resumo:** O mercado propõe chances e riscos, assim como toda empresa possui qualidades e fraquezas. Por este motivo, a organização precisa de uma forte administração estratégica e um “combustível.” Este “combustível” seria um empreendedor considerando que estuda situações, elabora idéias e as faz com eficiência e agilidade. Este artigo tem por objetivo expor a ligação entre planejamento estratégico e empreendedorismo. Notou-se que o planejamento estratégico, bem como as definições estratégicas, são definidos pelas ameaças que as rodeiam, uma vez que as bruscas alterações e não planejadas podem mudar os planos mais bem elaborados em ruínas a junção de um “combustível empreendedor” a um “planejamento estratégico” poderão assegurar o objetivo desejado neste mercado totalmente competitivo, em constantes mudanças. A garra que leva um empreendedor ir em busca de seus ideais e metas, ligado com o planejamento estratégico, que possibilita as empresas a criar planos de ações para o futuro, mostram um novo método de administrar. E contando com toda esta vontade de crescer, juntamente com as mais avançadas técnicas de gestão, a organização só evolui. Nos primórdios do negócio, o empreendedor concentra todas as tarefas, e, na grande parte das vezes, permanece focado nos afazeres práticos do que os gerenciais, com isso acabam fazendo com que o negócio fique até mesmo parado. Tomar decisões é algo que

---

<sup>1</sup> Aluna da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

<sup>2</sup> Aluna Aluno da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

<sup>3</sup> Professor Aluno da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico. Mestre em Ecologia.

<sup>4</sup> Professora da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico, Especialista em Gestão e Finanças Corporativas, Controladoria e Bacharel em Ciências Contábeis.

<sup>5</sup> Professor da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

exige tempo, podendo ocorrer perdas de oportunidades. Possivelmente este seja uma das causas pelas quais muitas empresas acabem muito cedo. Este artigo toma como base questões de planejamento estratégico e empreendedorismo como condição para o sucesso.

**Palavras-chaves:** Administração Estratégica, Empreendedorismo, Empresa

**Abstract:** The market proposes chances and risks, just as every company has qualities and weaknesses. For this reason, the organization needs strong strategic management and a "fuel." This "fuel" would be an entrepreneur considering that it studies situations, elaborates ideas and does them with efficiency and agility. This article aims to expose the link between strategic planning and entrepreneurship. It was noted that strategic planning as well as strategic definitions are defined by the threats that surround them, since abrupt and unplanned changes can shift the more elaborate plans into ruins by joining an "entrepreneurial fuel" to a "Strategic planning" can ensure the desired goal in this fully competitive, constantly changing market. The claw that drives an entrepreneur to pursue their ideals and goals, linked with strategic planning, which enables companies to create action plans for the future, show a new method of managing. And with all this desire to grow, along with the most advanced management techniques, the organization only evolves. In the early days of the business, the entrepreneur concentrates all the tasks, and, in most cases, stays focused on the practical tasks of the managerial, thus end up making the business even stopped. Making decisions is time-consuming and opportunities can be lost. Possibly this is one of the causes why many companies end too soon. This article is based on questions of strategic planning and entrepreneurship as a condition for success.

**Keywords:** Strategic Management, Entrepreneurship, Company

## **Introdução**

As transformações das empresas nos tempos atuais, nos mais variados aspectos, têm gerado atritos e indecisões no mundo dos novos empreendedores. A globalização trouxe um

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

novo conceito mais abrangente para as empresas e como resultado um novo padrão produtivo. Atualmente, o desenvolvimento tecnológico vem sofrendo alterações freqüentes, conduzindo-nos a adaptar-se conforme a expansão da tecnologia na qual temos que atuar de maneira eficiente na determinação de uma única cultura e economia. Essa constante mudança tem estabelecido com que as empresas se adequassem as essas mudanças, onde tem sido o agente principal para a durabilidade das mesmas. Neste sentido, notasse que até as multinacionais acabam sendo prejudicadas sendo obrigadas a estarem constantemente analisando suas formas de gerenciamento e estratégias.

De acordo com Drucker (1995), a vitória passada não garante o sucesso atual e nem futuro e que as conquistas não são justificativas para festa e sim para novos conceitos. Tais coisas tem exigido, gradativamente, mais know-how das empresas para as atividades assim explorando seus ambientes com uma nova visão estratégica para a organização.

O planejamento estratégico é uma das ferramentas que possibilita aos empreendedores administrar melhor suas organizações. Tal instrumento surgiu com intuito de realizar um diagnóstico do ambiente interno e externo, a fim de identificar pontos fracos, fortes e dos riscos e oportunidades, de maneira a estabelecer objetivos, estratégias e ações que resultem no aumento da competitividade. O efetivo objetivo de idealizar um planejamento estratégico é considerado como um método que reúne esforços e recursos, para aprimorar estratégias e meios para atingir uma situação ou posição mercadológica, de modo oportuno e eficaz. É um processo flexível dedicado às mudanças que deve estimular a empresa de uma maneira geral tornando tal modificação conceito básica para a relevância empresarial, atendendo assim o propósito e a missão empresarial, além de potencializar a lucratividade.

Saber agir decisivamente em um mercado cada vez mais concorrido passou a ser um fator crucial de sucesso, além de diminuir a concorrência e aperfeiçoar os serviços e produtos oferecidos ao público alvo. Notando essa contínua alteração no mercado, a geração de estratégias tornou-se um exercício gerencial constante e muitas técnicas mais obsoletas no modo de planejar foram e ainda estão sendo alteradas por abordagens mais modernas e atuais.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Ao dispor do caráter empreendedor na definição do método de planejar, uma empresa conta com um importante diferencial mercadológico. É indiscutível o dever de determinar novos caminhos, observar de forma diferente o mercado consumidor, os concorrentes e as possibilidades/oportunidades, mesmo que longínqua, que a cada dia manifestam-se no meio empresarial, portanto é preciso que se tenha chance para criar, no menor tempo possível, uma nova estratégia, conseguir ver uma nova saída para imprevistos em meio aos concorrentes ou organizacionais que podem determinar o destino da empresa. Para tanto é preciso que o empreendedorismo esteja efetivamente presente no planejamento estratégico. Este deve ser bem estruturado, possibilitando a análise individual dos departamentos, da empresa em geral, dos concorrentes, do negócio e dos ambientes. Este artigo objetiva mostrar a relação entre administração estratégica e empreendedorismo.

### **A administração estratégica contemporânea**

A administração estratégica importa-se em desenvolver uma base interna sólida e, ao mesmo tempo moldável, para que, futuramente, a organização tenha possibilidade de chegar, ou mesmo de conservar-se em lugar de destaque em sua área de atuação e no macroambiente. Seu objetivo principal é gerar condições para que a organização atue com êxito diante dos riscos ou limitações ambientais, e seja capaz de reunir as oportunidades disponibilizadas pelo ambiente, portanto, o administrador estratégico tenha condições de realizar alterações, reorganizar a empresa, e também fazer com que seus funcionários estejam mais motivados e habilitados para realizar transformações (ANSOFF, 1993).

A Administração Estratégica é caracterizada como planejamentos da alta gestão, a fim de obter resultados substanciais com base na missão e nos objetivos gerais da empresa. É um processo constante de definição da missão e das metas organizacionais, ou seja, etapas iniciais da tomada de decisão, no contexto do ambiente externo e interno, fazendo com que a empresa tenha condições de idealizar o futuro. São tarefas sob a responsabilidade

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

da alta gestão: analisar oportunidades e ameaças ou limitações que existem no ambiente, assim decidindo a missão organizacional e os objetivos gerais.

“O administrador é a pessoa que vive à procura de mudanças, que prefere correr riscos, procura resolver problemas novos, é habilidoso na condução de outras pessoas em direções de novas e nunca experimentadas” (ANSOFF, 1993). Essa “obrigatoriedade” é procedente da cultura aberta e maleável da administração estratégica que demanda comprometimento. É necessário efetuar uma análise do ambiente e avaliar a administração com o intuito de que a gestão consiga enfrentar adequadamente e aumentar o sucesso da instituição/empresa, assim certificando que as estratégias seguidas estão ocasionando o efeito esperado.

A análise do ambiente proporciona dados que ajudam no início do processo de definição da estratégia. Podemos dizer que existem duas áreas: as organizacionais, que são desenvolvidas a fim de envolver a administração e planejadas para alcançar objetivos gerais e modificam conforme as demandas da empresa; e as atividades a qual abrange os métodos de conclusão em nível de segmentação ou de unidade especializada. A realização das estratégias é, com certeza, o processo mais árduo e primordial da administração estratégica, pois dela é que resulta a derrota ou a vitória da estratégia. Impõe, antes de qualquer coisa, a análise da estrutura organizacional e uma noção lógica do quanto ela deverá ser modificada para que a estratégia seja realizada com sucesso. Embora a realização seja o ponto mais crucial do processo de administração estratégica, é o controle estratégico, aquele feito diariamente, que estabelece o grau a qual as estratégias da organização estão atingindo o auge esperado na conquista dos objetivos gerais e específicos para o sucesso.

### **Planejamento estratégico**

A convivência em sociedade tem uma necessidade indispensável à sobrevivência humana, ainda que a trajetória do homem mostre um dia a dia cheio de conflitos. Desde o principio, o ser humano já vem interagindo em meios a coletividade, tais exemplos são as

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

famílias, a igreja, as tribos. Essas estruturas formadas por grupos/pessoas já eram usadas como alicerce para a estruturação da convivência e ligação para a idéia de alcançar seus objetivos. Uma pessoa não é completa sozinha, ela precisa exercer seu papel em equipe. Para que se possa ter equilíbrio é preciso que tenha método de coordenar, onde para cada pessoa existem metas e nível de prazer e realização distintos. Nesta hora aparece, a necessidade de reorganizar os planos como maneira de atender tais demandas (GRACIOSO, 1987).

Podemos citar o planejamento definido por Schermerhorn (1999) como um método para estipular objetivos e resolver como efetua-los. No entanto, Maximiano (1985, p. 82) diz que o planejamento pode ser caracterizado por mais de uma forma. Pode ser:

- a) Um processo de definir objetivos ou resultados a serem alcançados, bem como as atividades e recursos (meios) que permitirão alcançá-los;
- b) Interferir na realidade, com o propósito de passar-se de uma situação conhecida para uma situação desejada, dentro de um intervalo de tempo predeterminado;
- c) Tomar no presente decisões que afetem o futuro, visando reduzir sua incerteza.

Conforme Chiavenato (2005, p. 127) “O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma seqüência lógica de eventos, os quais, se bem sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende”.

Para acrescentar, Schermerhorn (1999, p. 94) diz que “um plano é uma declaração do que é necessário ser feito para realizar determinados objetivos”. Por meio do planejamento pode-se descobrir o que é necessário, trabalhos a serem feitos, ações a serem realizadas e cronogramas a serem seguidos a risca.

O planejamento age em uma área pela qual obtemos controle, para alcançar o que desejamos. Planejar é o procedimento lógico de ação da realidade visando a finalidade dos alvos traçados. É um método que tem por objetivo transformar, na prática, idéias em ação. Planejar prevê um olhar do amanhã da organização para traçar o caminho para o sucesso. Conseqüentemente, o planejamento passará a ser uma proposta sempre presente, cuja falha, por uma ou além de outras possibilidades. Os efeitos que serão produzidos oferecerão informações para comprovar ou consertar o curso da atuação adotada. Planejamento é o conceito de coordenar tecnicamente, dar transparência e nitidez ao ato. Prever com

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

antecedência no percurso para atingir o propósito. Estabelecer decisões para alterar a realidade. Recusa-se o imprevisto (FUENTES, 2001).

Para Schermerhorn (1999) as vantagens do planejamento é a otimização do foco e plasticidade, da gestão e do equilíbrio do tempo. O planejamento é um fator de suma relevância no processo gerencial, se bem elaborado serve de grande valia na assistência organizacional, direção e controle, com intuito de obter produtividade.

Lado a lado ao planejamento, é essencial que o empreendedor esteja alerta à tomada de decisão. Tal processo é um elemento primordial para o empreendedorismo, posto que é preciso que muitas decisões sejam feitas no caminhar do negócio e de seu futuro prosseguimento.

Estratégia fala sobre a capacidade de se dispor adequadamente em meio as situações, sobretudo ao estar diante da indecisão e desordem no ambiente. Temos por entendido que o espaço/âmbito a qual compreende a agitação para com as empresas, seja pelo intuito financeiro ou no campo de ação profissional. De modo que as revisões causadas pela estrutura global, nas reorganizações por parte do governo e das crescentes desigualdades sociais mundial, as empresas se enxergam com o dever de redirecionar caminhos e procurar opções de atuação a fim de que possam resistir.

Preparar tecnicamente a estratégia significa visualizar a empresa de maneira geral com ligação direta ao clima local, para uma visão futura da empresa. É formar um olhar para o futuro e das formas de conquistá-lo. Enfim, o valor de explorar o lugar para reorientar e optar por um plano aonde venha estabelecer os procedimentos e métodos adotados. Podemos definir que é o modo de reanalisar o esboço a qual a empresa é e esta envolvida, examinar se os métodos e estruturas adotadas ajudam atingir o alvo planejado a qual foi selecionado, além de idealizar modernos planos.

Conforme Oliveira (1997), o planejamento estratégico caracteriza-se como a evolução de uma gestão, práticas administrativas, as quais geram ambiente disponível a fim de analisar o futuro de pareceres presentes frente as metas da organização que colaborarão a tomada de decisão, de maneira prática, ágil e eficaz. Portanto, coordenar processos traduz-se em atender

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

às demandas que surgem, pelo qual é possível preparar-se para o futuro. É habitual que as empresas movimentam-se pelos métodos de planejar mais conhecidos como planejamento estratégico onde não percebem de que terão que preparar-se para dirigir e orientar. Os efeitos das práticas anteriores são responsáveis pelas definições a qual quase nada se faz dos métodos escolhidos. No entanto, o começo de uma boa preparação estratégica requer formas de entendimento indicado e coerente para selecionar, com clareza dentre todas as opções, existentes para a conclusão de atuação, onde o planejamento é considerado dentre todos os métodos presentes um dos mais eficientes.

O planejamento estratégico é feito, no mínimo a cada 12 meses, melhor sendo sempre ao final de cada ano, tendo em vista que o bom desenvolvimento das próximas atividades sendo a criação de um plano responsável em conformidade com a empresa. Conforme Monteiro (2000), o planejamento não é um processo inflexível. É, na verdade, imprescindível que o mesmo seja revisado conforme a situação presente em que a empresa se encontra, fazendo com que a mesma seja apta a adaptar-se as possíveis situações existentes e aumente a sua competitividade no mercado. Atualmente, quem não doa um mínimo de tempo para tomar conta do planejamento de seu negócio, acaba sendo planejado por outrem, contudo, pelos seus concorrentes.

Dentre as maiores organizações ou as menores empresas, existem vários exemplos de mercados onde pelo motivo de não se prepararem para se adequar as condições, somem, disponibilizando espaço rapidamente para outras empresas e mais competente de encarar o real momento da atualidade. O que constitui a empresa estar bem mais alinhada para enfrentar essas transformações? Não existe um manual de instruções, mas com certeza as empresas a qual utilizam o planejamento estratégico possuem muito mais possibilidades de intervir no desenvolvimento almejado para o futuro da empresa.

A administração estratégica está propriamente relacionada ao empreendedorismo, num formato de gestão da administração vigente. A mesma está em consonância com a capacidade empreendedora do gestor, realça o valor do controle e da adaptação do plano estratégico frente às alterações ambientais como fundamentos básicos para a viabilidade do negócio,

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

contudo conservando atento sentido empreendedor, o ânimo para tentar de novo quando for preciso e o compromisso em assumir riscos.

De acordo com Gracioso (1987), apenas organizações que estejam dotadas de um sistema de planejamento estratégico poderão antecipar-se aos concorrentes nas mudanças bruscas de mercado e desenvolver estratégias de competição adequadas a essas novas circunstâncias, com o tempo suficiente para garantir o sucesso. Levando em conta todos os obstáculos que a empresa vem enfrentando para manter-seno mercado competitivo junto aos concorrentes no ambiente mundializado, e tornando maior a compreensão a qual os negócios iram ser preenchidos por organizações fortemente profissionalizadas, possuidoras de alto know-how para a execução de tarefa, pesquisas/investigação, preparação, execução e gestão, desempenhadas por ótimos profissionais.

### **Processo decisório**

Schermerhorn (1999, p. 126) caracteriza a tomada de decisão como “escolha entre cursos de ação alternativos para lidar com um problema”. Uma vez que o problema é provocado quando acontece um desequilíbrio entre o real e o almejado, ou o que de fato é e o que teria de ser.

A dificuldade de saber encarar um problema é achar uma resolução efetiva, pelo qual se tem por meio de discernir a diferença entre o real e o almejado, a fim de que sejam feitas as devidas providências para resolver tal desequilíbrio. A tomada de decisão se configura por ser o método de escolha de direção entre um grupo de possibilidades (SCHERMERHORN, 1999).

O padrão de tomada de decisão de Stoner e Freeman (1999) estão de acordo com as seguintes fases: analisar a situação, elaborar alternativas, analisar as mesmas e escolher a melhor maneira de implantar e acompanhar a decisão.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Para Stoner e Freeman (1999) e para Schermerhorn (1999) existem dois modelos de decisões: as planejadas e as não planejadas. De acordo com Stoner e Freeman (1999) as decisões planejadas ocorrem por meio de políticas, procedimentos ou regras, escritas ou não, que facilitam a tomada de decisões em ambientes onde acontece a recorrência. Schermerhorn (1999, p. 129) acrescenta que “são soluções oriundas da experiência passada e que são apropriadas para o problema em questão”.

Com objetivo de simplificar a tomada de decisão, o empreendedor tem a opção de elaborar uma ferramenta que o ajude a compreender a organização, o plano de negócios. O mesmo se configura como um instrumento importantíssimo para o preparo das idéias do empreendedor e promove assistência na procura mais profunda de dados (ROSA, 2007).

## **Empreendedorismo**

Empreendedorismo é a disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços e negócios, é o estudo do comportamento do empreendedor, aquele que é capaz de tornar sonhos em resultados. Por vários momentos este procedimento tornar sonhos em resultados. Por várias vezes, isso leva a um desenvolvimento obrigatório, independentemente do ciclo de vida ou do conhecimento técnico do candidato a desenvolver sua própria organização. É notado como um fator de mudança pelo seu extinto inovador e está ligado com práticas e valores pessoais. Aprende-se a ser empreendedor através da convivência com outros empreendedores, seja de forma primária, através de familiares e conhecidos; secundária, através de pessoas ligadas a uma determinada atividade ou terciárias, através de cursos, congressos e outros. Na prática, o empreendedorismo auxilia o desenvolvimento regional com a criação de novos negócios e a geração de renda (MENEZES, 2003).

Empreendedorismo é uma palavra atual e “é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação” (DOLABELA, 1999, p. 43).

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Não é nada fácil ser um agenciador (empreendedor seja ele micro ou macro). Os seres humanos a qual se acostumaram a ter uma visão do ponto de vista de funcionários, onde com alta abrangência com os processos da empresa, de maneira geral, concluem que para ser administrador de empresa é bem mais difícil do que aparenta ser. Existem os que descobrem no início que, estruturar um negócio, necessitam preparar-se com antecedência e de forma adequada, tanto de maneira técnica quanto psicológica, com o perigo de vivenciar seus planos falharem no início. Às vezes, é preciso até recuar e ter um pouco de cautela e calma assim podendo detectar o tempo correto de agir e iniciar os projetos.

São diversas as razões a favor de que todos resolvam expandir e desenvolver seu novo empreendimento. Em meio a tudo consegue-se ressaltar (SEBRAE, 1999): provar a sua capacidade, confiança e credibilidade, sentimento de independência, vontade de alcançar e conquistar cada vez mais lucros, querer implantar métodos bens acessível, condição para desenvolver idéias, por se encontrar fora do mercado de trabalho aumenta o desejo de abrir se próprio empreendimento assim se tornando seu próprio patrão.

A respeito de ser empreendedor, “ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introdução de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo em si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis” (DOLABELA, 1999, p. 44).

O movimento empreendedor é um possível escape de crises econômicas, bem como um simplificador do aproveitamento do potencial de qualquer pessoa. Empreender significa assumir riscos, mas saber onde está indo, fazer bem feito e ser reconhecido por isso. O empreendedor pode ser considerado como um visionário que tem capacidade de identificar oportunidades e fazer de suas idéias um produto/serviço bem sucedido.

### **A formação e as características de um empreendedor**

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

O empreendedor é ativo e muito relacionado ao ambiente atuante e às experiências do ser humano ao longo de sua vida. Diversas vezes o fator básico que dá o pontapé inicial a uma idéia empreendedora é a ligação de vários fundamentos diferentes, ao que tudo indica sem nenhum tipo de coerência.

A elaboração para se ter um perfil empreendedor, é preciso o autoconhecimento das suas habilidades e características comportamentais empreendedoras. Plano (2006) recomenda algumas competências e habilidades fundamentais a um empreendedor em três áreas:

- Técnicas: envolve saber escrever, saber ouvir as pessoas e captar informações, saber falar, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir know-how técnico na sua área de atuação.
- Gerenciais: incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, método de decidir, controle das ações da empresa e ser um bom negociador.
- Características Pessoais incluem: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

É possível conceituar que ser um empreendedor é abraçar um modo de viver. O que define um empreendedor não é sua habilidade de moldar-se às mudanças mas de começar a mudança. Dolabela (1999, p. 32) afirma que “o empreendedor tem que ver o mercado de forma diferente, ver o que os demais não percebem”. O empreendedor se esgota da comodidade e vai em busca do que se pode executar para crescer. Dolabela e Fillion (2000), afirmam que “nossa sociedade registra que uma entre quatro pessoas é um agente empreendedor, alguém que tomou as rédeas do seu destino, isso é o que ele chama de ‘assumir uma cultura empreendedora’”.

Os métodos de criação de um empreendedor devem ser feitos em meios a desafios de se inserir novos conteúdos e processos que possam transcender obstáculos à inovação. Os métodos também devem estar vinculados ao mercado atuante, com a sociedade e com os empreendedores. Os sistemas tradicionais de ensino destacam o desenvolvimento da cultura empreendedora, mas a educação para o empreendedorismo não pode ser misturada com a educação para gerenciar pequenos negócios, apesar de todo empreendimento começar como micro e pequena empresa. “Os empreendedores são gestores de oportunidades e não apenas

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

gestores de recursos” (MENEZES, 2003). Todo empreendedor é sujeito às idéias e oportunidades que o macroambiente possibilita. O caso de não saber diferenciar idéia de oportunidade é uma das determinantes causas de insucesso e esse “engano” é muito costumeiro.

A oportunidade deve se ajustar ao empreendedor, é algo móvel, varia conforme o mercado. É ela a qual dá o bom ao empreendedorismo, pois é envolvente, durável e tem a hora correta de firma-se em um produto/serviço. O maior desafio do empreendedor em relação à oportunidade é saber reconhecê-la onde ninguém consegue enxergá-la. Por meio de uma oportunidade sempre existe uma idéia, mas apenas por meio de um estudo de viabilidade, que pode ser realizado por intermédio análise de mercado, indicará a competência de tornar-se em um bom negócio.

A análise das vertentes mundiais progride uma habilidade muito importante do empreendedor, a percepção futurística, a representação de possíveis áreas para investimento. Desta maneira, analisar tendências é uma forma básica e eficiente de enxergar futuras necessidades e jeitos de atendê-las. Contudo, há um extenso percurso para alcançarmos a este patamar, para isso é preciso muito empenho na hora de calcular as possíveis variantes futuras e enfim, colocar em prática o projeto sonhado.

### **Planejamento estratégico e empreendedorismo**

Uma pessoa que planeja desenvolver um empreendimento novo tende a idealizar de maneira pelo qual motivo os empreendedores bem sucedidos alcançaram este patamar. Há quem ache que o primeiro quesito é possuir capital significativo, outros acreditam no êxito e alguns crêem em colegas importantes. Contudo deve-se realmente ser considerado primordial é a garra, determinação, desejo de conquistar e uma excelente administração (baseada em um plano estratégico). Todavia utópico a pessoa arriscasse em certo empreendimento sem uma prévia do plano de negócios a qual é cercado por uma gama de dados e referências pelas quais determinam os planos da empresa. São dados do ambiente externo e interno. Diante disso é

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

considerável determinar a operação comercial, o público alvo, o valor, canal de distribuição, meio de produção, etc.

Uma breve e fácil definição a respeito de um plano de negócios é “business plan é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade, [...] riscos, bem como facilitar sua implantação”(CHIAVENATO, 2005, p. 128).

O gestor possui um senso empresarial e acompanha roteiros para êxito e conclusão do caminho almejado para a empresa. Alguns dos maiores princípios de êxito para as novas organizações e seus gestores é o planejamento estratégico, onde tem por objetivo estruturar as idéias fundamentais e as alternativas que os novos empreendedores irá analisar para definir qual a disponibilidade da empresa ser desenvolvida. Portanto, a elaboração devera ser iniciado primeiro que a criação da empresa.

Conforme Ansoff (1993), o modo empreendedor é, não somente como único viável, mas como o preferível para lidar com a velocidade cada vez maior de transformação do ambiente.

Perante as dificuldades do ambiente comercial da empresa e por muitas agitações e duvidas a qual cada vez aumenta mais a quantidade de empresas que procuram métodos e procedimentos para amparar o método de gerir. E o planejamento estratégico é um destes procedimentos. Um meio com mudanças, oscilações com grandes frequências e busca/procura incomum, como fatores que fazem as empresas notarem que este meio de planejar está restringida. Diante da falta de integrar adequadamente as mudanças – ocasionando a impressão de serviço inacabado e de valor duvidoso para as respectivas pessoas –, os velhos modelos de preparação a qual não são capacitados para garantir à empresa a sua sobrevivência futura. A concepção de idealizar não é novidade nas empresas.

Contudo a indispensabilidade de organizar ações, direcionar e delegar a tarefa aos colaboradores ou oficializar uma avaliação que faz as empresas integrassem o pensamento de planejar e organizar a existência das mesmas. As formas de efetivar é que modificam: esboços a cada 12 meses; por campo de atuação; capital; etc... Todos têm algo parecido aflição total

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

em formalizar para que a empresa defina metas e objetivos, prazos, cronogramas e avaliação. Ou seja, como a empresa vai se organizar para realizar sua missão.

Conforme Ludwig (2001), para ter sucesso na economia atual é imprescindível inovar e tornar uma empresa notável e ter a plena noção de que *knowhow* é totalmente indispensável.

Na atualidade, além de conhecer muito sobre o público alvo, onde é necessário agradar e criar fazendo com que se compare a alguma coisa. A estrutura de hoje requer e faz com que as empresas trabalhem verdadeiramente como equipes e gestores que aceitem e dominem as ameaças que podem enfrentar, que projetem diversos caminhos e que amem aquilo que estão realizando e desempenhando em sua organização e transmitam técnicas e ensinamentos. Contudo é indispensável, inclusive, analisar as grandes obrigações. A empresa que pretende criar atende a uma determinada demanda, é uma tendência, satisfaz ou corrige uma deficiência? Tomar esta questão com a devida atenção e entendimento, pode evitar fazer com que o negócio esteja baseado somente em emoções onde guia a empresa em direção a atualidade.

Para um crescimento saudável, a organização necessita ser superior ao mercado em algum aspecto. A estratégia organizacional é o instrumento que ajuda os gestores a dominar tanto os benefícios da empresa quanto as suas dificuldades, para que possam trabalhar a fim de aprimorá-las, contudo também auxiliara entender cada vez mais o mercado, clientes e seus concorrentes. Deter de ampla visão e projetar o futuro almejado com o plano de fazer-se viável e criar maneiras para que cresça saudavelmente, faz com que a empresa brilhe no mercado que atua.

Aperfeiçoar ou reengajar os projetos da organização na procura por maior competitividade é crucial. O planejamento é o processo que une esforços e recursos, para o andamento de estratégias e de formas para atingir uma condição superior no mercado, de maneira eficaz. O processo de planejar é um procedimento totalmente plástico e está em constante transformação pelo qual a direção devem estar sempre alertas para incitar a organização com o objetivo uma evidência empresarial, cumprindo a missão e objetivo estabelecido, e também otimizando a lucratividade da empresa.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Conforme COSTA (2002), para que problemas futuros sejam evitados, deve-se se direcionar a atualizações contínuas, em que as alterações passam a se tornar realidade, fazendo com que as modificações do mercado amedrontem e acabem se transformando em barreiras intransponíveis para a organização.

Observar de fora de maneira ampla o negócio e saber diferenciara hora certa e necessário para atingir o ideal da organização usufruindo das oportunidades existentes no mercado para tornar a empresa competitiva no ambiente empreendedor.

### **Considerações finais**

Em meio as transformações no mercado atual, poucas empresas conseguem ter a convicção do espaço em que ocupam no ambiente em constante desenvolvimento. A alma de empreendedor é um diferencial importante para vencer crise econômica em qualquer lugar. A capacidade de idealizar um sonho, na qual consigam acreditar em seu potencial, conquistando assim seu espaço no mundo.

A administração estratégica possibilita a previsão das modificações do mercado, mas essas mudanças podem acontecer de maneira totalmente imprevisível e é neste momento que o empreendedorismo faz toda diferença, o poder de inovação garante a vantagem competitiva, uma vez que derruba um conceito, uma decisão inerente, de modo criativo e acha uma saída onde ninguém imaginou achar.

Com isso, podemos afirmar a qual o resultado positivo da empresa está diretamente traçado pelo modo de compreender as táticas da empresa e realização do método de planejar o máximo em um patamar benéfica na luta obrigatória do ambiente externo.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

### Referências

- ANSOFF, H. Igor; DONNELL, Edward J. Mc. **Implementando a administração estratégica**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 1993.
- BRINGHENTI, C. **Fundamentos para a implantação de pequenas e microempresas de alimentos**. Florianópolis: UFSC/PPGEP, 2000. Dissertação de Mestrado.
- COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão estratégica**. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.
- DRUCKER, P. F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, Fernando e FILION, Louis Jacques. **Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa**. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.
- FUENTES, J. L. **Planejamento estratégico** – um roteiro. Disponível em: <http://www.puc-rio.br/cppa/textos/planejaf.html>.
- GRACIOSO, F. **Planejamento estratégico orientado para o mercado**. São Paulo: Atlas, 1987.
- LUDWIG, W. L. **O negócio é fazer show**. Disponível em: <http://pegn.globo.com/>.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru . **Introdução a administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1985.
- MONTEIRO, E. **Planejando o futuro da sua Empresa**. Disponível em: <http://www.redegestao.com.br/desafio21/gec66.html>.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico** - conceitos, metodologias e práticas. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007
- SCHERMERHORN, John R. **Administração**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- SEBRAE. **Você é empreendedor?** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>.
- STONER, James Arthur Finch; FREEMAN, R. Edward . **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.