

**CENTRO ESTADUAL EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC GINO REZAGHI**

**ENSINO MÉDIO INTEGRADO AO CURSO TÉCNICO EM
ADMINISTRAÇÃO**

**Eliene da Silva Frazão
Gabriella Nunes de Araújo
Júlio César Veríssimo Nascimento
Victória Fernandes de Oliveira**

**ESTRATÉGIAS PARA O CRESCIMENTO DE
MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO LOCAL**

**CAJAMAR
2024**

ESTRATÉGIAS PARA O CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO LOCAL

Eliene da Silva Frazão¹

Gabriella Nunes de Araújo²

Júlio César Veríssimo Nascimento³

Victória Fernandes de Oliveira⁴

Professores Orientadores: Anelise Stringuetto⁵ e Diego Silva Neves⁶

RESUMO - A cidade de Cajamar é um grande centro logístico, o que pode acabar por dificultar o crescimento sustentável dos micros e pequenos empreendedores. Logo, este trabalho tem como finalidade observar e auxiliá-los, propondo a gestão de parcerias, como um meio de estratégia para que possa aumentar seu desenvolvimento, controle e parcerias com outras organizações. Para saber qual a melhor resposta em cada caso, foi efetuado pesquisa com MPE's na região, pesquisas bibliográficas e estudo de casos, para as melhores possibilidades de soluções, visando como resultado final, o apoio estratégico e gestão de parcerias, desempenham um papel crucial para a sua evolução. A principal hipótese, é a criação de um manual ou desenvolver métricas e modelagem, disponibilizadas e voltadas para o gerenciamento de parcerias nos âmbitos administrativos e financeiros da organização, cujo objetivo, é fazê-las terem um crescimento sustentável, retorno de investimento e margem de lucro, através da disponibilidade de conceitos administrativos, empresas que fizeram sucesso com a implementação de recursos estratégicos e como conseguir parcerias usando esse modelo conceitual, assim, utilizando como meio de estratégia para seu desenvolvimento.

PALAVRAS-CHAVE: Microempreendedores; Parcerias, Administração; Estratégias; Crescimento; Gestão.

ABSTRACT – The city of Cajamar it is a big logistics center, what could end up for making it difficult the sustainable growth of micro and small entrepreneurs. Therefore, this work have the purpose observe and analyze him, proposing partnership management, as a means of strategy for him can increase your development, control, and partnerships with other organizations. To determine the best response in each case, research was conducted with SMEs in the region, along with bibliographic research and case studies to explore the best solution possibilities. The ultimate goal is strategic support and partnership management, which play a crucial role in the organization's evolution. The main hypothesis is the creation of a manual or the development of metrics and modeling focused on partnership management in the administrative and financial areas of the organization. The objective is to foster sustainable growth, return on investment, and profit margin through the availability of administrative concepts, examples of companies that succeeded with the implementation of strategic resources, and guidance on establishing partnerships using this conceptual model, thus employing it as a strategic tool for development.

KEYWORD: Microentrepreneurs; Partnerships; Administration; Strategies; Growth; Management.

¹E-mail: eliene.frazao@etec.sp.gov.br

²E-mail: gabriella.araujo28@etec.sp.gov.br

³E-mail: julio.nascimento10@etec.sp.com.br

⁴E-mail: victoria.oliveira137@etec.sp.gov.br

⁵ Professora Orientadora Anelise Stringuetto: anelise.stringuetto3@etec.sp.gov.br

⁶ Professor Orientador Diego Silva Neves: diego.neves19@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento dos microempreendedores no mercado local tem sido um fenômeno crucial no âmbito de desenvolvimento econômico e social, os pequenos empreendedores além de impulsionarem a economia da região, geram oportunidades amplas de empregabilidade e desenvolvem a inovação.

Entretanto, os pequenos negócios enfrentam diversos desafios que dificultam o seu potencial, crescimento e sustentabilidade, como por exemplo, a limitação da capacidade em gestão empresarial, dificuldades em ferramentas financeiras, como o acesso limitado ao crédito e ao capital de giro e a dificuldade na instituição de parcerias estratégicas.

A falta de planejamento estratégico, gera recursos ineficazes, gastando mais dinheiro, não adquirindo lucros e nem fidelizando a participação de parcerias entre outros negócios, afinal, as tendências de mercado e estar adepto às suas mudanças, são elementos que podem fazer toda a diferença na expansão de mercado, uma gestão eficaz, permite a otimização de recursos. Sem um plano, o crescimento pode ser insustentável, as pequenas empresas de Cajamar não conseguem expandir para fora da cidade ou até mesmo dentro da cidade não consegue expandir, porque não enxergam o mercado como um todo, além da dificuldade na busca de novos clientes e na aliança com outros parceiros.

Uma boa gestão de parcerias empreendedora, permite que o agenciador entenda bem o mercado, sendo como uma forma apoio do negócio, enquanto o empreendedor é a chave de sucesso para o comércio, assim, uma boa gestão desenvolve talentos e corrige falhas, ou seja, com as parcerias estratégicas o compartilhamento de recursos, conhecimento e experiências, possibilitam a expansão empresarial.

Como uma pequena empresa pode expandir seus negócios no mercado local e regional?

1. MICROEMPREENDEDORES

1.1 Definição de microempreendedor e características específicas.

Os microempreendedores individuais são indivíduos que trabalham por conta própria, ou seja, que podem ser com sua empresa ou atuando como um pequeno empresário. Os microempreendedores também são conhecidos como MEI (Micro Empreendedor Individual), que seria uma divisão jurídica criada para a formalização destes pequenos negócios e o oferecimento de vantagens previdenciárias, esse termo foi instituído no Brasil, pela Lei Complementar n.º 128/2008, garante que o Microempreendedor Individual seja legalizado, que até então, trabalhavam de forma informal. O MEI é automaticamente incluído no regime do Simples Nacional. Para ser microempreendedor, necessita de uma renda de R\$7 mil ao mês e por ano em torno de R\$81 mil. Atualmente, o Brasil conta com mais de 15 milhões de MEIs ativos.

A formalização dos microempreendedores individuais tem se mostrado um ponto-chave e interessante para enfrentar desafios na economia do país, principalmente nos tempos de crises. Conforme destacou o presidente do Sebrae, Carlos Melles, "Estamos vivendo um momento de crise sem precedentes e sabemos como isso tem exigido um esforço ainda maior dos brasileiros que já são donos de pequenos negócios ou que buscam a formalização como uma saída para enfrentar os problemas". Isso só ressalta a relevância e a importância do processo de formalização dos microempreendedores individuais, oferece segurança, estabilidade para o microempreendedor e proporciona auxílios legais, o que transmite tranquilidade ao pequeno empresário.

As (MEIs) desempenham um papel importantíssimo para a economia brasileira, são consideradas responsáveis por uma grande porção de geração de emprego e no giro da economia. Segundo Vasconcelos, Santos e Andrade (2021) as micro e pequenas empresas no Brasil, configuram a maior parte em tudo aquilo que rege o sistema econômico, porque os empresários estão na maior parte, classificados nesta categoria ou os empregados que têm seus contratos de trabalho, estão firmados nelas. Essa observação enfatiza a necessidade da implantação de estratégias de gestão, que promovam uma maior sustentabilidade e crescimento para os microempreendedores. O constante aumento no número de MEIs enfatiza o quanto essa figura jurídica tem se tornado peça fundamental para a economia brasileira ao

longo dos “últimos 10 anos”. O microempreendedor individual (MEI) se destaca principalmente pela redução de carga tributária e pela agilidade no cumprimento da legislação fiscal. Os MEIs são isentos de impostos federais e pagam apenas uma taxa mensal, o documento de Arrecadação Simplificado (DAS).

1.2 Importância da gestão eficiente para a sobrevivência e crescimento dos microempreendedores.

Uma gestão eficaz de microempresas, exige a aplicação de um planejamento estratégico eficiente, com o acompanhamento de um plano de negócios e o apoio de profissionais especializados na área de gestão de microempresas individuais, podendo desenvolver um negócio sustentável. O planejamento estratégico não só define o direcionamento que a empresa deve trilhar, mas também, permite antecipar, mitigar riscos e garantir melhores resoluções de problemas dentro das organizações. Se predomina pela capacidade de estabelecer objetivos claros e proporcionar uma orientação no desenvolvimento de estratégias eficazes para lidar com ameaças e capitalizar oportunidades identificadas no ambiente empresarial. Segundo Sanvicente e Santos (1983, p.155) “O planejamento é a tentativa de prever as ocorrências futuras e estar preparado para agir de forma a evitar surpresas desagradáveis no funcionamento e na gestão do empreendimento” No cenário atual, com flexibilidade do mercado local e global, é essencial essa antecipação que se torna ainda mais crucial para a sustentabilidade e o crescimento das microempresas.

O planejamento é de extrema importância para diversas áreas de uma corporação, principalmente para as que estão ingressando no mercado. Uma das principais dificuldades enfrentadas pelas pequenas empresas está na falta de familiaridade dos gestores com os métodos e ferramentas associados ao planejamento estratégico. Ao contrário das grandes empresas que possuem recursos mais acessíveis e estruturados, bem como profissionais capacitados para conduzir e apoiar essas iniciativas. Segundo Las Casas (2001), o planejamento estratégico pode ser categorizado como informal ou formal, dependendo da metodologia adotada. O planejamento informal é caracterizado pela ausência de uma abordagem metodológica específica, enquanto o planejamento formal requer a aplicação de técnicas e conceitos definidos, além de ser documentado. Portanto, para se ter uma boa gestão, que impulse a microempresa, é fundamental adotar um plano de negócios sólido e um planejamento estratégico formal.

1.3 Principais desafios de gestão enfrentados pelos microempreendedores.

Um dos principais desafios enfrentados pelas microempresas é a administração financeira e a capacidade de inovação. Embora essas empresas sejam ágeis e inovadoras, frequentemente encontram barreiras que impactam negativamente sua estabilidade financeira. A falta de caixa, assim como a ausência de um plano financeiro sólido, são alguns dos obstáculos mais frequentes e significativos para as microempresas. A carência de uma estratégia financeira de longo prazo, muitas vezes forçam as pequenas empresas a tomarem decisões equivocadas, o que compromete diretamente o crescimento das empresas em desenvolvimento. Diante dessas dificuldades, as microempresas recorrem a fazer investimentos em métodos que exigem poucos recursos, mas que tratam de ter um retorno elevado. Entre eles estão alguns como: uso de tecnologia de baixo custo, como redes sociais; controle mais eficiente da produção e da qualidade; e melhoria da infraestrutura física e pessoal (Silva; Lima, 2017).

Em 2021, um estudo do Sebrae revelou que a falta de planejamento empresarial foi uma das principais causas do encerramento das atividades de muitas dessas empresas. O estudo destacou que 59% dos entrevistados divulgaram que tinham planejado apenas para um horizonte temporal de até seis meses, enquanto cerca de 17% não haviam realizado nenhum tipo de planejamento. Isto indica a relevância crítica da importância de uma gestão financeira eficaz para a sobrevivência e funcionalidade competitiva das microempresas no mercado e na gestão financeira. Segundo Piasentini et al. (2022, p.147) “As principais causas pelo qual as microempresas e os microempreendedores individuais fracassaram, é a falta de um planejamento adequado de negócios, estudo de mercado, altos juros, falta de conhecimento do negócio, alta burocracia e falta de apoio de órgãos especializados”. Outro fator observado é que, muitas vezes, as decisões tomadas pelo(s) proprietário(s) são baseadas em pontos de vistas pessoais e subjetivos, evidenciando a falta de conhecimento de gestão. Para uma microempresa ter sucesso no ambiente corporativo atualmente, é fundamental que o negócio ofereça vantagens e apresente um diferencial significativo. O mercado empresarial e mercado pelos avanços tecnológicos, isso exige que as microempresas se destaquem principalmente pela capacidade de se reinventar e inovar. Segundo Guimarães e Azambuja (2018) a

globalização e a tecnologia permitem a internacionalização nas micro e pequenas empresas, transformando-as em organizações inovadoras, o que se torna essencial para a sobrevivência e o constante crescimento dessas empresas no mercado local competitivo.

2. PARCERIAS ESTRATÉGICAS

As parcerias estratégicas, são um conjunto de acordos utilizado nos âmbitos empresariais, sendo, um meio de aliança entre duas ou mais empresas, sejam organizações interpessoais, nacionais ou internacionais, em prol de atingir metas significativas, tendo em vista, objetivos em comum de maneira complementar, para potencializar resultados. Podem ser motivadas por diversas razões, como aumentar as capacidades de produção, reduzir riscos políticos e financeiros ou proveitos competitivos. Segundo Chiavenato, "A formação de parcerias estratégicas é uma prática comum e essencial em ambientes empresariais dinâmicos, permitindo que as organizações compartilhem recursos, conhecimentos e capacidades" ou seja, esses fundamentos permitem que um acordo desse porte, de modo estratégico, seja destinado a gerar benefícios recíprocos, como o aprimoramento da qualidade de produtos, processos, incremento financeiro e expansão da base de clientes. Essas parcerias podem ser estabelecidas por intermédio de contratos formais, pactos bilaterais ou através de um entendimento informal, ancorado na confiança mútua entre ambas as partes envolvidas.

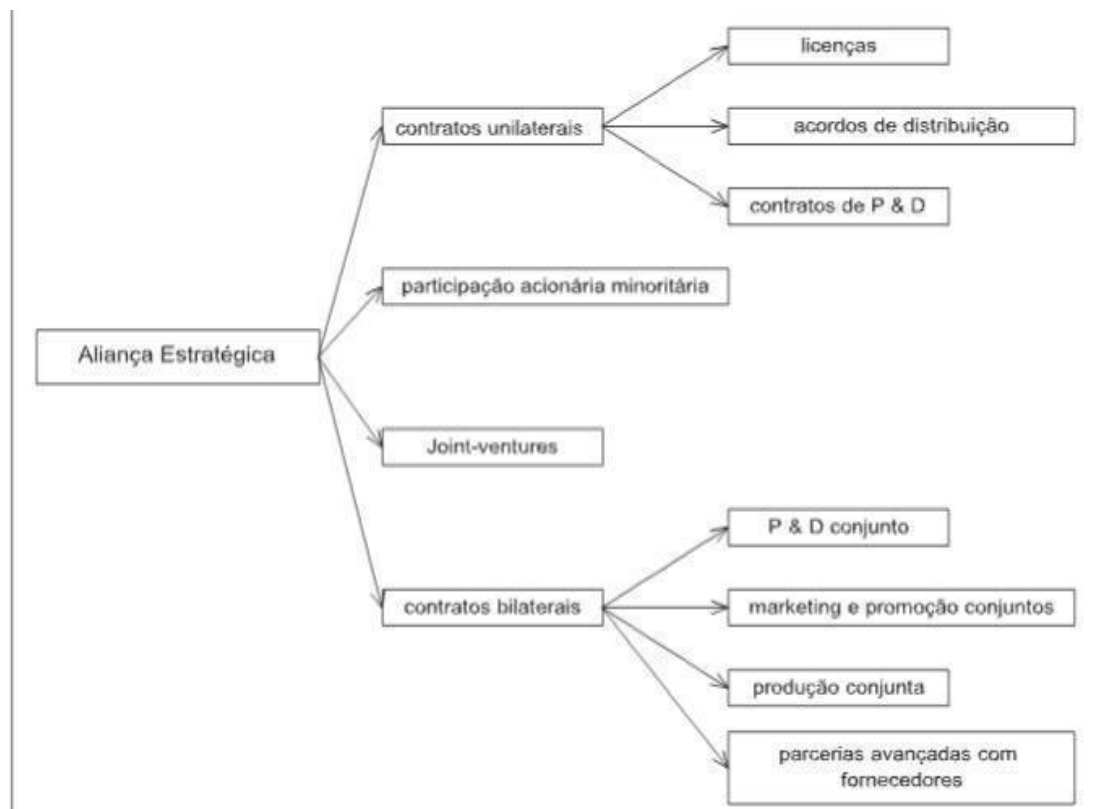
A união dessas forças, possibilita a expansão do alcance empresarial, o compartilhamento de recursos, conhecimento e experiências, além de conferir uma vantagem competitiva significativa no mercado, desse modo, as parcerias entre empresas são práticas comerciais vantajosas e amplamente adotadas, elas têm se tornado um meio extremamente forte, principalmente para microempreendedores, que conseqüentemente, crescem e intensificam seu comércio em áreas locais. Empreendedores que se apoiam, criam ecossistema empresarial vibrante e resiliente, ao auxiliar outros que são do mesmo local, incentivando a circulação de capital dentro da mesma economia. Tal relação estratégica entre empresas unidas a esse tipo de administração, demonstram que juntas, podem ser aplicadas, de modo que, desenvolvam fatores que contribuem para melhores gestões entre parcerias, sendo assim, que essas práticas estratégicas, se mantenham fortes nos meios comerciais.

Desse modo, as alianças estratégicas visam a contribuição dos parceiros, as organizações podem superar obstáculos e preencher espaços, como, desenvolver novos projetos, trazer originalidade em atividades e até abrir novas fontes de inovação.

2.1 Tipos de parcerias.

Atualmente, a busca por parcerias estratégicas tem se tornado muito grande, a diversificação de métodos é imprescindível para o sucesso da organização. Cada uma é adaptada de acordo com seu respectivo modelo de negócio. A imagem abaixo apresenta um mapa mental com diferentes maneiras de estabelecer alianças estratégicas (KLOTZLE, Marcelo Cabus).

Figura 1



Com base na imagem, podem ser citadas alguns tipos de parcerias, como por exemplo:

Alianças estratégicas: De acordo com Teece (1992), alianças estratégicas são acordos nos quais dois ou mais parceiros dividem o compromisso de alcançar um objetivo comum, unindo todas as suas capacidades e recursos e coordenando as suas

atividades. Uma aliança estratégica implica algum grau de coordenação estratégica e operacional das atividades e inclui, entre outras, as seguintes: Operações: atividades conjuntas de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), transferência mútua de tecnologia, concessão de direitos exclusivos de produção e venda e acordos de cooperação na área de marketing.

Contratos unilaterais: É um tipo de acordo em que apenas uma das partes assume suas responsabilidades, ou seja, somente uma das partes se compromete a cumprir os compromissos estabelecidos na parceria, enquanto a outra não precisa necessariamente assumir uma obrigação imediata.

Acordos de distribuição: É um contrato entre um fornecedor e um distribuidor, que permite que o distribuidor venda os produtos do fornecedor em uma determinada área, dando o direito, para que o distribuidor realize negócios em nome de terceiros.

Contratos de P&D: É a junção da Pesquisa e do Desenvolvimento, utilizado como ferramenta para a descoberta de novos conhecimentos, que consiste na aplicação de novos conhecimentos para se obter resultados práticos. O P&D é totalmente voltado para a inovação e criação de novos produtos, visando sempre a competitividade dentro do mercado de trabalho, e com foco no crescimento da organização.

Participação acionária minoritária: Seria o apoio de uma empresa, que investe em outra, ou seja, que controla uma parte de suas ações, mas sem interferência no meio majoritário, sendo que, o investidor detém uma parcela do capital de uma determinada empresa, porém não possui poder de decisão e de gestão das operações, basicamente uma parceria voltada à melhoria de inovação e a longo prazo.

Joint Ventures (Empreendimento Conjunto): No sentido geral, essa parceria é a aliança entre duas empresas, com um objetivo em comum, que seria iniciar ou desenvolver uma outra organização para desempenhar uma atividade econômica. As partes envolvidas, compartilham recursos, riscos e lucros, ou seja, ela é utilizada para o compartilhamento de conhecimentos, mercados e tecnologias, que uma empresa sozinha, sem parceria, não seria eficiente.

Contratos bilaterais: É uma espécie de contrato que ambas as partes têm responsabilidade e obrigações a cumprir, além de também ambas conquistarem benefícios mútuos, como:

P&D conjunto: As empresas colaboram em forma de pesquisa e a procura de inovações.

Marketing e Promoção Conjuntos: Ambas empresas se responsabilizam pela produção de produtos, divulgação e vendas.

Produção conjunta: As empresas colaboram entre si nos processos de produção, como por exemplo a fabricação de produtos.

Parcerias Avançadas com Fornecedores: Os negócios parceiros estabelecem redes de contatos com fornecedores para a otimização da cadeia de suprimentos.

2.2 Benefícios x Dificuldades das parcerias estratégicas para microempreendedores.

Em uma realidade cada vez mais competitiva, as parcerias estratégicas têm se tornado fundamentais para o crescimento sustentável de microempresas no comércio local, porém, uma parcela de microempreendedores tem se limitado a buscar inovação, devido aos custos elevados de recursos como infraestrutura, mão de obra e falta de confiança. Por outro lado, os acordos cooperativos, entre empresas, com semelhança em suas metas, podem gerar consequências muito positivas, como:

Suporte mútuo: As companhias oferecem recursos diversos entre si, ou seja, oferecem assistência e colaboração para alcançar metas que seriam difíceis se fossem individualmente, oferecendo uma variedade de processos, como meios de conhecimento e materiais, por exemplo, planejamentos administrativos e estratégicos.

Diversidade de segmentos: Empresas de mesmo nicho, são previsíveis possuírem alguma relação, ou seja, quando as relações estão em ambientações diferentes, sua influência consegue ser ampliada para outro âmbito.

Aquisição de novos clientes: Esses vínculos que são estabelecidos acabam por aumentar a visibilidade da uma organização por também, estar ligada a outra de mesmo ou de diferentes contextos, adquirindo e fidelizando clientes.

Aumento de receita: Com a expansão de sua influência, as receitas das MPEs têm um aumento e, conseqüentemente, aumento de fluxo de capital com maiores retornos internos.

Diversificação de produtos e serviços: Por ter outra corporação em conjunto, sua ajuda pode ser de modo que cada uma consiga vender produtos e trocar serviços entre ambas as organizações.

Um dos pontos de dificuldades mais discutidos das pequenas e microempresas, é sobre o apoio administrativo, pois eles são afetados de várias maneiras, não só neste modo de ajuda. Essa discussão, acaba por ser mais ampla,

por isso, acabam gerando alguns fatores de dificuldade, como por exemplo: não possuir experiência ou incompetência empresarial prévia, falta de habilidades administrativas e financeiras, falta de investimento em tecnologia, baixo número de capital empregado e dificuldade de definição dos custos fixos. Com a compreensão do mercado, as grandes empresas enfrentam processos internos mais rígidos e dispendiosos que podem sufocar a inovação em bens e serviços. Uma visão estratégica sólida é crucial para que as pequenas empresas garantam seu crescimento e sucesso contínuo.

3. GESTÃO DE PARCERIAS

3.1 Estratégias de gestão de parcerias: negociação e identificação de parcerias eficazes para o empreendimento.

As técnicas de negociação têm se tornado um ponto chave para o aperfeiçoamento e sucesso gradativo das microempresas. Esse mecanismo de acordos, é um procedimento de comunicação entre duas ou mais partes que buscam um apoio e suporte de interesse mútuo, esse processo envolve algumas ferramentas, como implementação de propostas, concessões e reuniões para uma discussão onde resolva divergências e o alcance de resultados admissíveis, Idalberto Chiavenato destaca que, “As pessoas passam a significar o diferencial competitivo que mantém e promove o sucesso organizacional: elas passam a ser a competência básica da organização, a sua principal vantagem competitiva em um mundo globalizado, instável, mutável e fortemente competitivo.”, ou seja, a importância de se concentrar em pontos fortes, detectar fraquezas, aproveitar a diversidade de oportunidades e se proteger contra os riscos, são aspectos que elevam os índices de consolidação compartilhada entre os parceiros.

Para uma boa negociação, é fundamental a interação entre as partes envolvidas, entrar em um consenso sobre detalhes técnicos e principalmente ter conhecimento, o poder de persuasão e argumentativo. Dentre tantos, os principais tipos de negociação são:

Competitiva: As partes envolvidas buscam potencializar seus interesses de maneira exclusiva, que podem gerar danos e perdas para ambos.

Colaborativa: Ambas organizações trocam e compartilham serviços ou bens em troca da ascensão sustentável e satisfação.

Compromissória: Algumas das partes imersas cedem seus interesses para obterem um acordo intercessor.

No âmbito empresarial, é imprescindível que o primeiro passo seja que o empreendimento tenha objetivos definidos e claros, criando assim, um meio de estratégia, onde facilite a busca de um parceiro. E um outro fator, é a identificação e um conhecimento prévio da organização ou da pessoa em que deseja estabelecer uma parceria, é importante selecionar cuidadosamente os sócios, para que haja a presença de acordos claros sobre a divisão das responsabilidades, tarefas e assim, criando benefícios para ambos.

Os microempreendedores têm diferentes fontes de canais disponíveis para que os MEIs possam estabelecer parcerias estratégicas, com foco no crescimento e na sustentabilidade da microempresa. Dessa forma, as parcerias oferecem benefícios variados e bastante específicos que serão direcionados para uma área específica da organização. Uma das possíveis probabilidades de como o microempreendedor pode está conhecendo essas parcerias, é através de associações comerciais e câmaras de comércio, são lugares especializados em *networking*⁷, permitindo que o empreendedor busque parcerias conforme a sua preferência.

Outras ferramentas úteis incluem plataformas online, como o *LinkedIn*, um programa de emprego que conecta e fortalece questões empresariais, servindo como um método de planejamento de carreira. Além disso, se destaca como uma plataforma impactante para obtenção de parcerias, como forma de estratégia de engajamento do negócio. Nele, os empreendedores podem estreitar laços com profissionais de outras áreas, ou seja, fortalecer as redes de contatos existentes e gerar novas oportunidades de negócios, além de terem acesso às tendências do mercado que podem proporcionar flexibilidade na implementação de *networking*.

3.2 Ferramentas e técnicas utilizadas para gestão de parcerias.

A gestão de parcerias é crucial para o êxito e crescimento de uma organização, pois possibilita ampliar a sua atuação no mercado, atingir o público-alvo, reduzir custos e compartilhar conhecimentos e recursos.

⁷ O termo *networking* deriva do nome *network*, de origem inglesa, cujos significados são: "net" é rede e "work" é trabalho, ou seja, é uma rede de contatos ou rede de relacionamentos profissionais, que trocam informações, conhecimentos e oportunidades entre si.

Uma técnica crucial para este processo é a análise de SWOT (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), que auxilia as organizações a identificar fatores internos e externos que podem ter um impacto positivo ou negativo na implementação de estratégias de gestão de parcerias. Segundo Ferrell e Hartline (2009, p.130), “Um dos maiores benefícios da análise SWOT é que ela gera informações e perspectivas que podem ser compartilhadas entre as diversas áreas funcionais da empresa”.

Uma matriz SWOT bem estruturada oferece informações de alta importância, sobre o mercado, concorrentes e questões sociais de emergência (FERNANDES, 2012, p. 68). Esta análise contribui para aprimorar o desempenho das forças e monitorar as fraquezas, ao mesmo tempo em que identifica oportunidades e elimina ameaças.

Além disso, é indispensável a implantação de uma ferramenta de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) para as parcerias. Sistemas como o Salesforce são excelentes para as pequenas e médias empresas, oferecendo ferramentas e plataformas para auxiliar em operações de vendas, marketing e atendimento ao cliente. Dessa forma, possibilita às empresas gerenciar e avaliar as interações com seus clientes e parceiros em diversas fases do processo de relacionamento.

3.3 Uso de tecnologias para facilitar a gestão de parcerias entre empresas de pequeno porte.

Ser empreendedor com a ajuda do meio digital, ainda não é uma tarefa fácil, muitos não conhecem ou sabem como aplicar estes recursos em seu comércio, pôr as vezes terem a falta de suporte, como, custos de implementação de sistemas ou adquirir equipamentos novos, portanto, o primeiro passo é buscar, ou seja, procurar métodos que causem menos custos no bolso do empreendedor, para que, aumentem a produção e interatividade dentro do ambiente de trabalho. Atualmente essas ferramentas trazem mais ganhos, do que custos para a empresa.

A utilização da tecnologia nas empresas de pequeno porte, tem se tornado uma peça fundamental para o crescimento do desempenho dentro das organizações empresariais, de modo que, facilitam a comunicação do empreendedor com o cliente, conseqüentemente obtendo um controle melhor sobre as informações do negócio, de maneira mais segura e eficaz.

Esse mecanismo é um triunfo para melhorar ou até mesmo solucionar os processos manuais que exigem tempo, ou seja, facilitando a execução das atividades básicas do rotineiro, como evitar ineficiência de produtos e de serviços, assim, para a obtenção de dados de forma precisa, o meio tecnológico pode moldar a estrutura organizacional, atuando no meio de administração da empresa. Alguns objetivos operacionais são postos em prática, como aumentar a continuidade, sendo a integração funcional, melhorar o controle e trazer clareza de dados, evitando chances de erros ou falhas. Por fim, a visibilidade, proporcionando análises e sínteses.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Microsoft, as microempresas ao adotarem a tecnologia nos últimos anos decorrentes da pandemia COVID-19, 98% dos entrevistados, além de estarem em constante transformação digital, estão de acordo como consequência positiva dessa ferramenta, ou seja, demonstram que o meio tecnológico é um verdadeiro aliado para enfrentar desafios dos negócios. Ainda sobre essa análise, entre 43% e 40%, acreditam que com a adoção das novas fontes de tecnologia, apoiam na conquista de fornecedores e melhoram a conexão com o cliente. O instrumento tecnológico, serve para todos aqueles que pretendem empreender, pois existem variadas formas de acessibilidade que podem se adequar de acordo com o quanto o indivíduo pode ou poderá investir. No entanto, é necessário saber quando investir, como investir e saber investir.

O ambiente digital é extremamente preciso em conquistar, atrair e fidelizar clientes, sendo que, é um âmbito que se adequa de acordo com as suas necessidades, aumentando a produtividade e ocasionando a competitividade entre as pequenas empresas.

3.4 Pesquisa de campo

O trabalho foi feito com a finalidade de promover um auxílio para os micros e pequenos empreendedores de uma cidade sob alta influência logística de empresas maiores, tal como Cajamar. Desse modo, estudos de caso foram feitos para entender quais seriam as dificuldades e quais as maneiras de atingir sucesso na cidade foram implementados em um manual virtual, o qual será disponibilizado para os entrevistados deste estudo. Neste capítulo serão apresentados os resultados das pesquisas de campo realizadas com os proprietários.

A classificação dessa pesquisa é descritiva. As pesquisas descritivas visam fazer uma análise minuciosa do objeto de estudo, seja coletas de dados. Nesse caso, as coletas

de dados foram feitas através de entrevistas e questionários presenciais e virtuais, tendo como registro de respostas em gravações e anotações no google forms. Foram entrevistas com 11 pessoas, tendo 20 perguntas respondidas, mas apenas 5 perguntas foram escolhidas.

Pergunta 1: Você sabe o que é uma parceria estratégica?

Das pessoas entrevistadas 8 pessoas responderam sim e 3 não, então entende-se que a maioria sabe o que é parcerias estratégicas.

Pergunta 2: Já fez algum tipo de parceria? Se sim, quais? Quando fez? Quais foi a dificuldade de estabelecer elas?

Todos os entrevistados disseram ter experiência com parcerias, porém essas experiências variam bastante. Alguns conseguiram parcerias bem-sucedidas, enquanto outros tiveram experiências não muito agradáveis, a ponto de não quererem fazer mais nenhum tipo de parceria.

Pergunta 3: Você acredita que se você fizesse uma parceria estratégica poderia ajudar o seu estabelecimento?

Todos os entrevistados acreditam que uma parceria estratégica ajudaria significativamente suas empresas de diversas formas, como, por exemplo, no aumento dos lucros, em campanhas, descontos, crescimento da clientela e outros benefícios.

Pergunta 4: Você investe em tecnologias ou processos que visam melhorar a eficiência de sua empresa? Se sim, quais?

Todas as pessoas questionadas responderam que investem em tecnologias para melhorar suas empresas. No entanto, as abordagens variam bastante devido às diferentes áreas em que cada uma atua.

Pergunta 5: Quais os desafios enfrentados inicialmente e atualmente em sua microempresa?

Os 11 entrevistados enfrentaram muitas dificuldades no início de seus negócios, principalmente relacionadas aos clientes. Atualmente, os desafios são variados,

abrangendo desde a clientela e a qualidade dos produtos até a concorrência e os preços.

As análises das entrevistas revelaram que a grande maioria dos entrevistados sabia que se tratava de uma parceria. Alguns buscaram mais parcerias, enquanto outros desistiram devido ao fracasso ocorrido em uma parceria anterior. Eles enfrentaram grandes dificuldades no início e atualmente em seus respectivos trabalhos.

Estão sempre se adaptando às tendências de mercado e às tecnologias atuais para não ficarem para trás.

No final, percebe-se que todos os micros e pequenos empreendedores enfrentam desafios relacionados ao local, clientes, concorrentes, parcerias etc. Eles estão sempre buscando se adaptar em diversas áreas, visando mais benefícios para seus negócios e tentando fidelizar cada vez mais clientes.

4. IMPACTO DAS PARCERIAS NO CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS

4.1 Evidências de como as parcerias podem contribuir para o crescimento dos microempreendedores.

Em um ambiente corporativo, é importante frisar a capacidade de ter bons relacionamentos com o mundo dos negócios, para que assim, obtenha fontes de implementação de novos parceiros, de modo que, as empresas garantam chances de novas ferramentas e serviços prestados.

O programa de Parceiros em Ação executado pela Aliança Empreendedora, com uma iniciativa do Banco Santander, é um projeto voltado à contribuição de cursos online gratuitos, direcionados à gestão de negócios e educação financeira, em especial para microempreendedores. Esse suporte virtual, oferece o aperfeiçoamento de métodos e práticas para o desenvolvimento de seus negócios de forma sustentável e inovadora, que se adaptam às necessidades dos microempresários e oferecem suporte educacional para testarem e aplicarem esses recursos no mundo dos empreendimentos. Segundo a líder de projetos da Aliança Empreendedora, Verônica Maia,

O acesso a conhecimentos inspira e potencializa pessoas no desenvolvimento de seus negócios assim como de suas histórias. Com o reconhecimento de suas capacidades empreendedoras, temos observado

que essas pessoas buscam também a concretização de novos sonhos, com um aumento significativo em sua autoestima e qualidade de vida (Maia, 2024).

Nesse contexto, pode referir-se que a busca de ferramentas e conteúdos são fundamentais para a capacitação. De acordo com dados da pesquisa: Avaliação de impacto publicada pela Aliança Empreendedora em 2023, mostram que cerca de 80% de microempreendedores favorecidos, revelaram que a ação de participação desse programa, contribuiu completamente para o aperfeiçoamento da auto percepção empreendedora; outros 53% dos indivíduos que não tinham nenhum tipo de empresa, começaram de fato a empreender depois de participações em projetos. Sendo assim, a aptidão em investimentos de programas como esses, voltados a estimular o treinamento e qualificação adequada, promovem a expansão de negócios, de modo que, além de capacitação, incentivam o desenvolvimento de mecanismos empresariais, como gestão financeira, marketing e liderança. Esses esquemas também beneficiam a criação de vínculos, que seriam redes de contato e formação de parcerias estratégicas, oferecendo oportunidades de mercado e posição de flexibilidade competitiva.

4.2 Manual.

Para conseguir auxiliar a todos os microempreendedores de maneira mais ampla e fácil, desenvolvemos um manual para eles de maneira virtual com alguns tópicos para a evolução. Esse que vai desde o que é um M.E.I. até tecnologias em um micro empreendimento. Dessa maneira, essa forma de disseminar conhecimento se tornou a aplicação desse trabalho de conclusão de curso.

Após ser feita a apresentação é feita uma apresentação do que é ser um microempreendedor, demonstrando as motivações que levam alguém a se tornar um, os benefícios e como se tornar um também, disponibilizando um site e citando os passos, além dos documentos necessários para conquistar o tão desejado CNPJ.

O segundo tópico abordado diz a respeito sobre o planejamento estratégico, mostrando o que é necessário conhecer sua própria empresa, como a visão, missão e valores, pois é a partir desses conhecimentos que é possível tomar alguma decisão para médio, curto ou longo prazo, além de conseguir determinar as tendências do mercado e se prevenir de possíveis futuras ameaças, levando em consideração que também se avalia o ambiente em que se está inserido, e, desse modo, ser possível desenvolver estratégias individuais da empresa, sendo competitivas ou corporativas.

Ademais, um ponto também citado é o de adição de um medidor de desempenho para conseguir distinguir se houve ou não algum avanço do empreendimento, por outrossim o Excel se torna uma ferramenta extremamente eficiente para o controle e auxílio dele e, também no mesmo capítulo, mostra a importância de uma gestão eficiente.

Como terceiro tópico abordado no manual, parcerias estratégicas toma um lugar de importância para os microempreendedores, não só no âmbito no qual foi escrito, mas também para todos os ambientes, pois, assim, é possível estabelecer uma relação de crescimento para ambos os lados da parceria e um mercado microeconômico favorável para todos. A obra demonstra alguns tipos de parcerias, sendo elas joint ventures, alianças tecnológicas, parcerias de marketing, outsourcing, Sebrae, linhas de crédito, parcerias midiáticas e parcerias com fornecedores. Ademais, como realizar e escolha de um parceiro de modo que não haja competitividade, podendo ele trazer um retorno financeiro ou não, como maior visibilidade no mercado local.

Um fator ressaltado é o conhecimento total sobre seu negócio, tendo em vista que quanto maior o saber sobre sua clientela, produtos ou mesmo o preço é essencial para quaisquer que sejam a decisão a ser tomada. E para saber com quem estabelecer uma parceria, tais fatores são de extrema importância conhecer.

O quarto tópico apurado é sobre a gestão de microempresários. Inicia-se esse capítulo com o tema de estratégias de gestão, sendo ela uma estrutura para o gerenciamento em prol de um objetivo, e a própria meta dessas estratégias é o realizar o uso eficaz dos recursos da empresa em curto, médio ou longo prazo, podendo assim fazer uso de algumas metodologias e/ou ferramentas que apoiem o processo de tomada de decisão. Ela mesma, a gestão no caso, se baseia em quatro etapas, a análise, formulação, implementação e o acompanhamento.

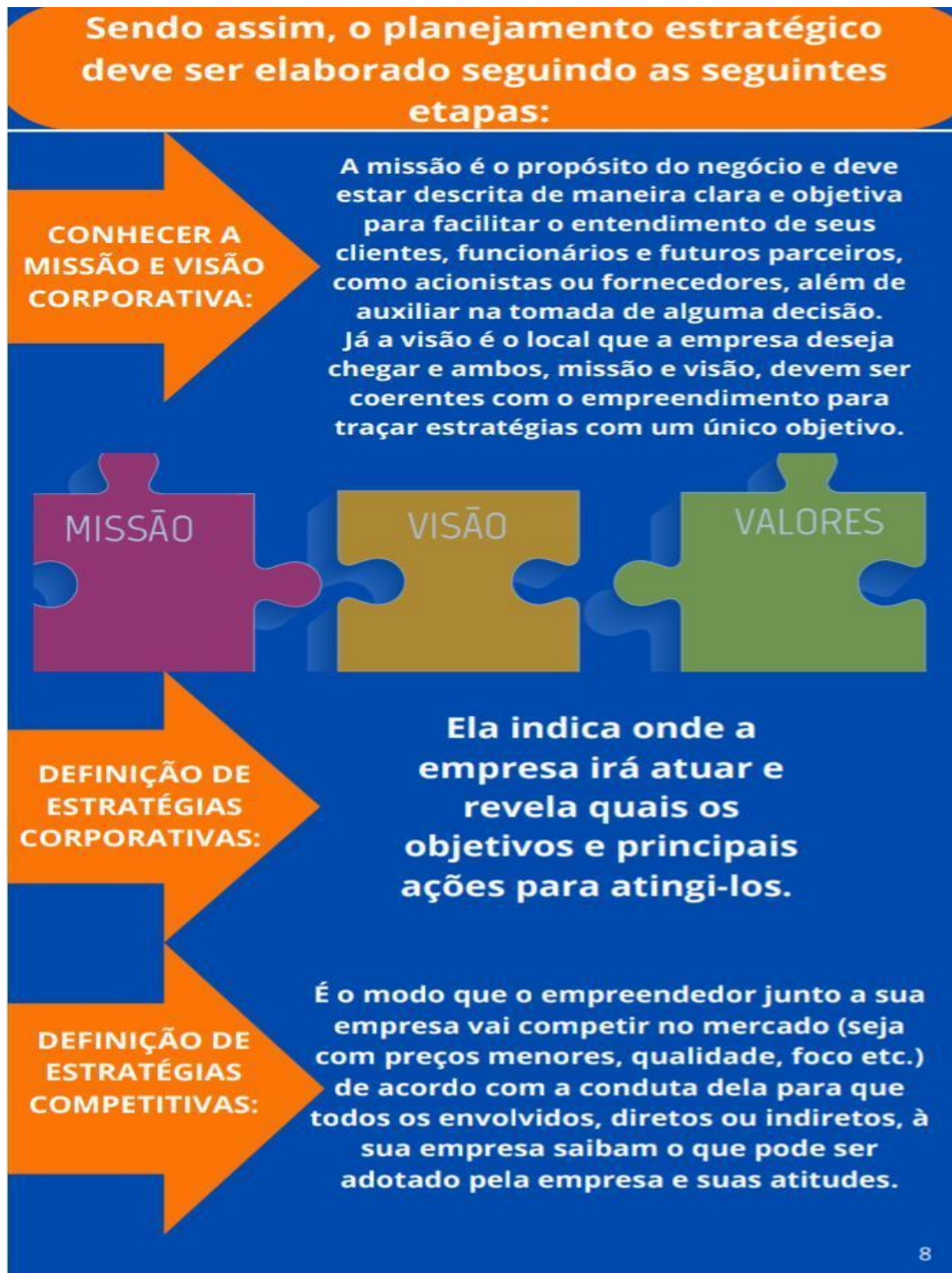
O quinto assunto desse guia diz a respeito sobre ferramentas para uma gestão estratégica, iniciando pela análise swot o qual analisa o contexto tanto interno da empresa quanto externo, tomando como objeto de análise interno a força e fraquezas empresariais e como análise externa as oportunidades e as ameaças, dessa maneira o swot oferece um caminho o qual é levado em consideração diversos aspectos podendo assim fazer a apuração de decisões antes de suas implementações. Segunda ferramenta de gestão abordado é o ciclo pdca, esse que é um plano de melhoria contínua de quatro passos, planejar, agir, checar, refletir. Ele possui uma

ideia de ciclo porque é uma atividade que não deve possuir intervalos, ou seja, uma atividade cíclica.

O sexto tópico aborda algumas estratégias para o empreendimento, sendo elas as estratégias de sobrevivência, uma estratégia voltada a projeções de crise de modo que vise a reconstrução de atividades produtivas do negócio, estratégias de desenvolvimento, essas são voltadas para inovações quando há indicação de força e oportunidades internas e externas, estratégia de crescimento, como o próprio nome sugere, crescimento, seja desenvolvendo produtos, serviços ou mesmo parcerias que deem o crescimento desejado pelo microempreendedor, e as estratégias de manutenção, adotada quando o ambiente interno está com fraqueza e necessita de mais melhorias.

O sétimo e último tópico abordado no manual é sobre o uso de tecnologias no âmbito empresarial, isso que é uma ferramenta fundamental no mundo digital o qual é o atual. No ambiente dos microempreendedores, sua importância acaba se tornando maior, pois com tal hábito eles podem fugir das tradicionalidades e, ao mesmo tempo, melhorar processos básicos que já existam na empresa. Ademais, o próprio manual disponibiliza um site para um curso de Excel básico para auxiliar o empresário em todo seu trajeto.

Figura 2



Acesse o nosso manual através do QR-Code abaixo:

Figura 3 - Manual



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho destacou a importância de aspectos específicos para microempreendedores da cidade de Cajamar, como evidências de estratégias de gestão e parcerias para o crescimento de modo resiliente. Observou-se as principais características e barreiras enfrentadas pelos pequenos empreendedores, como limitações nas ações administrativas e desafios financeiros, que podem ser atenuadas com a implementação de parcerias estratégicas. Tais alianças, não só compartilham conhecimentos e recursos entre si, mas também, abrem horizontes para enxergar o mercado como um todo, explorando a inovação e competitividade.

A partir da análise teórica e de dados da pesquisa de campo, nota-se que os entrevistados pontuaram que a gestão faz total diferença no sistema da micro-empresa e parcerias bem estruturadas, desempenham um papel crucial para a superação de obstáculos e na expansão dos negócios.

REFERÊNCIAS

Aliança empreendedora. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1t-3ITkhiQix9c1pC-yk8lQJPImXj5X7P/view>. 2023. Acesso em: 26 de Agosto de 2024.

Aliança empreendedora, Programa Parceiros em Ação é lançado e oferece cursos online de gestão de negócios para microempreendedores. Disponível em: <https://aliancaempreendedora.org.br/site-do-programa-parceiros-em-acao-e-lancado-e-oferece-cursos-online-de-gestao-de-negocios-para-microempreendedores/>. Acesso em: 26 de Agosto de 2024.

Aliança empreendedora, Tendências promissoras no apoio e inclusão do microempreendedorismo para 2024. Disponível em: <https://aliancaempreendedora.org.br/tendencias-promissoras-no-apoio-e-inclusao-do-microempreendedorismo-para-2024/>. Acesso em: 26 de Agosto de 2024.

BARBOSA, Higor Vinicius Oliveira; SOUZA, João Marcos; SANTANA, Nathaly Silva. **PARCERIAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO SOBRE COMO AS PARCERIAS PODEM AJUDAR UMA EMPRESA RECÉM-CRIADA EM SUA CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO EM TEMPOS DE CRISE**. Universidade Federal de Alagoas. Anais do VII Simpósio de Engenharia de Produção de Sergipe (2015). Acesso em: Agosto de 2024.

BENVINDO, Janaina dos Santos; MOREIRA, Marcia Zabdiele. **Parcerias Estratégicas no Processo de Internacionalização de empresas: Estudo de caso em uma empresa multinacional Brasileira do Setor de Tecnologia da Informação**. RENI: Revista de Empreendedorismo, Negócio e Inovação. S.B.do Campo, v.5, n.02. Acesso em: Agosto de 2024.

Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. **ALIANCAS**. Disponível em: <https://www.teses.usp.br>. Acesso em: Agosto de 2024.

BRASIL. Lei Complementar n.º 128/2008 de 19 de dezembro de 2008. disciplinou diversas alterações na Lei Complementar nº 123/06, que instituiu o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: Agosto de 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração, teoria, processo e prática**. São Paulo: Makron Books, 1994. Acesso em: 07 de Agosto de 2024.

Fia Business School, Negociação: entenda o que é, tipos e quais as melhores técnicas. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/tecnicas-de-negociacao/>. Acesso em: 28 de Agosto de 2024.

KLOTZLE, Marcos Canis. Alianças Estratégicas: Conceito e Teoria. (rac, v. 6, n. 1, jan./abr. 2002).
<https://rac.anpad.org.br/plugins/generic/pdfJsViewer/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Frac.anpad.org.br%2Findex.php%2Frac%2Farticle%2Fdownload%2F160%2F164%2F>. Acesso em: 10 de Setembro de 2024.

LIMA, Bianca Becker De. Comunidade Sebrae, Start #13: Estratégias e dicas para te ajudar a estabelecer boas parcerias. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/start-13-estrategias-e-dicas-para-te-ajudar-a-estabelecer-boas-parcerias>. Acesso em: 28 de Agosto de 2024.

PIASENTINI, E. et al. **Possíveis causas da mortalidade precoce de microempreendedores individuais e micro e pequenas empresas**. Revista Brasileira de Contabilidade e Gestão – RBC&G, ISSN: 2316-4190 v.11, n.20, p. 147-159, jun. 2022. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/reavi/article/view/21323>. Acesso em: 17 de Agosto de 2024.

SILVA SOUZA, Gabriel Marcos. **DESAFIOS E DIFICULDADES ENFRENTADOS PELO MICROEMPREENDEDOR BRASILEIRO**. Belo Horizonte 2023. Página 18. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração do Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais da Pontifícia Universidade Católica De Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?q=related:znfqZrhTu4QJ:scholar.google.com/&hl=pt-BR&as_sdt=0,5. Acesso em: 16 de Agosto de 2024.

SILVA, Stefanny Moraes da Costa. **Análise SWOT: ferramentas estratégicas importante para a eficiência das organizações**. 2021. 36 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Faculdade Anhanguera de Taubaté, Taubaté. 2021. Acesso: 29 de Agosto de 2024.