

ARTIGO**A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS PARA O SUCESSO DOS MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES****THE IMPORTANCE OF ADMINISTRATIVE TOOLS FOR THE SUCCESS OF MICRO AND SMALL ENTREPRENEURS****WILLIAM DUARTE NUNES¹****JAIME JORGE REIS DA COSTA JUNIOR²****AFONSO VIDINHA³****RESUMO**

O presente estudo vem abordar sobre a importância das ferramentas administrativas para as micro e pequenas empresas. Considerando que o Brasil é um país que tem um grande número de pequenos empreendedores, percebe-se como se torna cada vez mais relevante oportunizar conhecimentos a esses micro e pequenos empresários. Nesse sentido, buscou-se responder a seguinte problemática: as ferramentas administrativas são importantes para o sucesso dos micro e pequenos empreendedores? Para responder tal questionamento, tem-se como objetivo geral a seguinte proposta: realizar uma revisão da literatura que consiga evidenciar como as ferramentas administrativas são importantes para o sucesso dos micro e pequenos empreendedores. No que diz respeito à relevância do tema, verifica-se que a capacitação e o uso de ferramentas administrativas contribuem para minimizar riscos e incertezas, dando mais segurança aos pequenos e microempreendedores. Isso porque muitos pequenos negócios fecham suas portas devido à falta de planejamento e ao desconhecimento de técnicas gerenciais. A respeito da metodologia utilizada, optou-se pela revisão da literatura, na qual se buscou todo o embasamento teórico-científico.

Palavras-chave: Ferramentas administrativas. Micro e pequenos empreendedores. Sucesso empresarial.

ABSTRACT

This study addresses the importance of administrative tools for micro and small businesses. Considering that Brazil is a country with a large number of small entrepreneurs, it is increasingly important to provide these micro and small business owners with knowledge. In this sense, we sought to answer the following question: are administrative tools important for the success of micro and small entrepreneurs? To answer this question, the general objective is the following: To conduct a literature review that can demonstrate how administrative tools are important for the success of micro and small entrepreneurs. Regarding the relevance of the topic, it is clear that training and the use of administrative tools help to minimize risks and uncertainties, giving more security to small and micro entrepreneurs. This is because many small businesses close their doors due to lack of planning and lack of knowledge of management techniques. Regarding the methodology used, we opted for a literature review, in which all theoretical and scientific basis was sought.

1. Graduando do Curso de Administração da Universidade Federal do Pará (UFPA)
2. Graduando do Curso de Administração da Universidade Federal do Pará (UFPA).
3. Professor do Curso de Administração da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Keywords: Administrative tools. Micro and small entrepreneurs. Business success.

1 INTRODUÇÃO

Percebe-se que, nas duas últimas décadas, o mundo organizacional vem passando por inúmeras mudanças que, gradativamente, vêm determinando quem vai ficar presente e atuante no mercado empresarial. Isso porque novos paradigmas vêm surgindo constantemente e vêm sendo adotados, seja no âmbito interno ou externo das organizações, como forma de promover continuamente o êxito empresarial dentro desse cenário mercadológico cada vez mais marcado pelas disputas entre as diversas empresas nos mais variados segmentos (PINTO, 2021).

Quando se pensa nesse novo cenário mercadológico, faz-se necessário idealizar a presença de disputas empresariais que vêm crescendo de maneira acirrada dentro de um contexto cada vez mais competitivo. Nessa disputa organizacional, ou seja, essa disputa pela conquista de novos clientes, torna-se evidente que sobreviverá aquela empresa que estiver apta aos novos padrões, pois, diante de tanta concorrência, aquela empresa que melhor conseguir agradar aos seus clientes, oferecendo a melhor qualidade em seus produtos e serviços, permanecerá no mercado (MORAIS, 2021).

Hodiernamente, observa-se que a figura do micro e pequeno empreendedor se tornou fundamental para a economia brasileira. Segundo o Sebrae (2024), esses negócios representam mais de 90% das empresas no país e são responsáveis por uma parcela significativa dos empregos gerados. No entanto, apesar de sua relevância, muitos desses empreendedores enfrentam desafios diários que podem comprometer a sustentabilidade e o crescimento de suas atividades. Nesse cenário, as ferramentas administrativas emergem como aliadas indispensáveis na busca pelo sucesso desses empreendimentos.

Quando se pensa nas ferramentas administrativas, consegue-se idealizar que elas permitem uma melhor organização e planejamento das atividades do negócio. Com o uso de *softwares* de gestão, por exemplo, os empreendedores podem acompanhar suas finanças, controlar estoques e gerenciar o relacionamento com os clientes de forma eficiente. Essa organização proporciona uma visão clara sobre a saúde do negócio, possibilitando a tomada de decisões embasadas e estratégicas. Quando um micro ou pequeno empresário tem acesso a essas

informações, ele se torna capaz de identificar oportunidades de melhoria e de direcionar esforços para áreas que realmente impactam seus resultados.

Além disso, a utilização de ferramentas administrativas como planejamento estratégico, planilhas de controle financeiro e aplicativos de gestão de projetos facilita a rotina do empreendedor, permitindo que ele se concentre nas atividades core do seu negócio. Muitas vezes, os empreendedores se veem sobrecarregados com tarefas operacionais que consomem tempo valioso. Ao automatizar e organizar processos administrativos, eles podem liberar tempo para inovar, atender melhor seus clientes e até mesmo explorar novas oportunidades de mercado. Assim, a eficiência operacional se traduz em competitividade e potencial para crescimento.

Outro ponto a ser destacado é o papel das ferramentas de marketing digital na promoção e visibilidade dos pequenos negócios. Hoje, a presença online é vital para alcançar novos clientes e fidelizar os já existentes. Plataformas de redes sociais, e-mail marketing e ferramentas de análise de dados são fundamentais para que esses empreendedores conheçam melhor seu público-alvo e desenvolvam estratégias de comunicação eficazes. Dessa forma, com um marketing bem estruturado, os micro e pequenos empreendedores conseguem se destacar em um ambiente competitivo, gerando mais vendas e expandindo seu alcance.

A partir de todos esses preceitos, busca-se responder a seguinte problemática: as ferramentas administrativas são importantes para o sucesso dos micro e pequenos empreendedores?

Para responder tal questionamento, tem-se como objetivo geral a seguinte proposta: realizar uma revisão da literatura que consiga evidenciar como as ferramentas administrativas são importantes para o sucesso dos micro e pequenos empreendedores. Já os objetivos específicos são: identificar quais ferramentas administrativas vem sendo utilizadas por micro e pequenos empresários para obter o êxito organizacional; apresentar os benefícios de se utilizar as ferramentas administrativas.

No que diz respeito à relevância do tema, verifica-se que a capacitação e o uso de ferramentas administrativas contribuem para minimizar riscos e incertezas, dando mais segurança aos pequenos e microempreendedores. Isso porque muitos pequenos negócios fecham suas portas devido à falta de planejamento e ao desconhecimento de técnicas gerenciais. Ao se familiarizarem com práticas

administrativas e contábeis, os empreendedores estão menos propensos a cometer erros que podem levar ao insucesso. O investimento em conhecimento e na utilização de ferramentas apropriadas é uma forma de resguardar o futuro do empreendimento.

Assim sendo, constata-se que as ferramentas administrativas são elementos de notória importância para o sucesso de micro e pequenos empreendedores. Afinal, elas não apenas promovem uma melhor organização e planejamento, mas também otimizam processos, aprimoram a presença no mercado e reduzem risco. Portanto, torna-se imperativo que esses empresários busquem capacitação e adotem tais ferramentas como parte de sua rotina, a fim de superar os desafios do dia a dia e garantir a longevidade e o crescimento de seus negócios no cenário econômico atual.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CONHECENDO O CENÁRIO DO PEQUENO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Uma pesquisa chamada Monitor Global de Empreendedorismo (*Global Entrepreneurship Monitor – GEM, 2023*), realizada pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), constatou que, no ano de 2023, o Brasil somou 90 milhões de empreendedores ou candidatos a empreendedores em todo o país (AGÊNCIA SEBRAE, 2024).

Segundo a própria Agência Sebrae (2024, p.1),

Esse resultado faz com que o Brasil esteja entre os países mais empreendedores do mundo. O relatório 2023 da GEM mostra que em relação aos empreendedores potenciais, o Brasil se manteve com a 2ª maior estimativa absoluta, atrás apenas da Índia, que possui 106 milhões de empreendedores potenciais, lembrando que estamos falando de um país de 1,4 bilhão de habitantes. Já quando analisada a taxa total de empreendedores, que é a porcentagem em relação à população, o Brasil ocupa a 8ª posição, com 30,1% da população adulta envolvida com o mundo dos negócios. Em termos de proporção da população empreendedora, primeiro lugar está o Equador, seguido pela Guatemala, Arábia Saudita, Chile, Panamá, Tailândia e Uruguai.

Nesse sentido, consegue-se perceber que muitos são os brasileiros que “vão atrás do seu negócio, do seu dinheiro”. Contudo, vale ressaltar que não adianta apenas querer abrir um negócio, faz-se necessário buscar conhecimentos para que se possa

desenvolver de maneira correta as atividades dentro do próprio empreendimento. Por isso, escolher as ferramentas administrativas corretas pode contribuir para que as empresas não fechem as portas em um pequeno tempo de funcionamento.

Afinal, como bem destaca Bruno Darolt, CEO e fundador da BD Consultoria: “Por mais que o Brasil se destaque como segundo país com mais potencial em empreendedores do mundo, ainda nos deparamos com muitos ‘aventureiros’ criando negócios e não sustentando seu crescimento”. Em outras palavras, o que Darolt quer enfatizar é que os grandes “vilões”, na maioria das vezes, são a falta de capacitação, de planejamento e de uma gestão promissora (DINO, 2024).

Assim sendo, torna-se perceptível que o empreendedor, ao abrir o seu negócio, na maioria das vezes, fica preso na rotina operacional e se esquece de fatores que são importantíssimos, como, por exemplo, a gestão estratégica do negócio e o uso correto das ferramentas administrativas (SEBRAE, 2024).

A seguir apresentam-se os conceitos do que vem a ser uma pequena empresa e, em seguida, o que vem a ser as ferramentas administrativas e quais podem ser utilizadas pelos micro e pequenos empreendedores.

2.2 MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS

De janeiro a agosto de 2023, foram abertas 2.716.269 milhões de novas empresas, totalizando 21,8 milhões de empresas ativas em todo o território nacional. Destas, 93,7% são de microempresas ou empresas de pequeno porte (BRASIL, 2023).

Quando se busca definir o que vem a ser a micro ou pequena empresa, não há um consenso claro e definido sobre o assunto. Isso porque tal definição é um tema que gera inúmeras discussões entre os estudiosos não somente no Brasil, mas também no mundo todo. Por não haver uma definição universalmente aceita, cada país se utiliza de vários critérios e características para nomear, de acordo com suas peculiaridades, que grupo tal empresa faz parte (FIALHO et al., 2018).

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2018), são considerados Pequenos Negócios os empreendimentos com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões. Eles se dividem em subgrupos de acordo com a atividade econômica e geralmente possuem uma estrutura simples e também poucos colaboradores. O poder de decisão costuma ser dos proprietários, uma vez

que normalmente as tomadas de decisões são deles (MORAIS, 2021).

Conforme o Sebrae (2024), o Governo Federal, para fins de tributação, considera o faturamento bruto anual das empresas. Assim, conforme a Lei Complementar 123/2006, são classificados usando como base a receita bruta anual, sendo:

- Microempresa: as que possuem receita bruta igual ou menor que R\$ 360.000,00;
- Pequena empresa: aquelas em que a receita bruta igual ou superior a R\$ 360.000,00, chegando ao máximo de R\$ 4.800.000,00;
- Microempreendedor Individual (MEI): diz respeito aqueles que possuem receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 81.000,00, sejam eles optantes pelo Simples Nacional e que não estejam impedidos de optar por esta sistemática.
- Pequeno Produtor Rural: receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões. Precisa ter situação regular na Previdência Social e no Município que tenham auferido receita bruta anual.

Compreende-se, então, que tais instituições colaboram com a economia do país, uma vez que geram 54% dos empregos formais e contribuem para o aumento da competitividade empresarial. Além disso, prestam serviços específicos nas mais variadas áreas e localidades remotas (SEBRAE, 2018).

É importante observar que esses valores são atualizados periodicamente, e é recomendável verificar os limites atuais no site do SEBRAE ou em fontes oficiais. Além do critério de faturamento, outras condições são consideradas relevantes para determinar se uma empresa se enquadra nas categorias de microempresa ou empresa de pequeno porte, como, por exemplo, a atividade econômica exercida e a participação em outras empresas (OLIVEIRA, 2019).

Empresas que atendem a esses critérios podem usufruir de benefícios, como a simplificação do processo de abertura e fechamento, regimes tributários simplificados (como o Simples Nacional), além de acesso a programas de capacitação e apoio oferecidos pelo Sebrae. É importante ressaltar que os critérios e limites podem ser alterados, então é sempre recomendável consultar as fontes oficiais, como o Sebrae e a legislação pertinente, para obter as informações mais

recentes (SEBRAE, 2018).

Com base nesse contexto, verifica-se que, quando se trata das pequenas empresas, faz-se necessário adotar uma abordagem que leve em consideração diversos aspectos. Isso porque o conceito pode variar dependendo do contexto e da região, mas, geralmente, as pequenas empresas são caracterizadas por seu tamanho mais compacto em comparação com grandes corporações.

Diante de todos esses fatores citados acima, pode-se considerar que, baseado em algumas especificidades apresentadas pela empresa, será possível, então, conceituá-la como microempresa ou pequena empresa. Em outras palavras, entende-se que a micro ou pequena empresa é aquela que é administrada pelo próprio dono do negócio e por sua família, possuindo um pequeno número de pessoal empregado e que desenvolve atividades que abastecem a própria localidade onde estão instaladas (FIALHO et al., 2018).

2.3 FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS E SUA IMPORTÂNCIA

As ferramentas administrativas são recursos, métodos e técnicas utilizadas para planejar, organizar, liderar e controlar as atividades de uma empresa. Elas ajudam os gestores a tomar decisões informadas e a otimizar processos, garantindo que os objetivos organizacionais sejam atingidos de maneira eficaz e eficiente (ROCHA, 2021).

As ferramentas administrativas podem ser compreendidas como técnicas de gerenciamento das organizações que têm como objetivo auxiliar nas tomadas de decisões, ou seja, essas ferramentas visam contribuir não somente nas tomadas de decisão, mas também no gerenciamento da instituição, otimizando pensamentos, ideias e mostrando o caminho para iniciar ações.

Assim sendo, compreende-se que existem quatro tipos de sugestões para a utilização das ferramentas administrativas: deve-se entender os fatos; buscar promover estratégias duradouras, que não sejam modismos passageiros; escolher as melhores ferramentas para o serviço; e, adaptar as ferramentas ao seu sistema de negócio.

Além disso, observa-se que, segundo Rocha (2021), as ferramentas administrativas são importantes para os micros e pequenos negócios quando se utilizam de:

- Planejamento Estratégico: permitem que os empresários definam metas e objetivos claros, estabelecendo um caminho a seguir. Um bom planejamento ajuda a identificar oportunidades e ameaças no mercado, sendo essencial para a sobrevivência e crescimento do negócio;
- Organização de Processos: ferramentas como organogramas e mapas de processos ajudam na estruturação das atividades da empresa, permitindo uma melhor alocação de recursos e uma distribuição mais clara de responsabilidades;
- Controle Financeiro: ferramentas de gestão financeira, como planilhas orçamentárias e softwares de contabilidade, são vitais para monitorar despesas, receitas e fluxo de caixa, ajudando a evitar surpresas financeiras e a tomar decisões mais conscientes;
- Tomada de Decisão: com informações estruturadas e ferramentas analíticas, os empreendedores podem tomar decisões mais embasadas, reduzindo riscos e aumentando as chances de sucesso;
- Gestão de Pessoas: ferramentas de recursos humanos, como avaliações de desempenho e planos de capacitação, são essenciais para motivar e reter talentos, o que é fundamental para pequenas empresas, onde a equipe muitas vezes é reduzida e cada colaborador desempenha um papel crucial;
- Acompanhamento de Resultados: indicadores de desempenho ajudam na mensuração dos resultados da empresa, permitindo que os empresários ajustem suas estratégias conforme necessário.

Essas ferramentas, quando bem utilizadas, aumentam a competitividade das micro e pequenas empresas, permitindo que elas se destaquem no mercado e enfrentem desafios com mais segurança. A adoção de práticas administrativas eficientes, portanto, é fundamental para garantir a sustentabilidade e o crescimento desses negócios.

Com base em todo esse contexto, passa-se a perceber que a maior importância das ferramentas é que elas ensinam duas lições importantes: o significado de variabilidade, que se encontra no âmago da Administração da Qualidade Total, ou seja, faz-se necessário usar a Qualidade Total para buscar a melhoria contínua,

exigindo que as pessoas compreendam as causas dos problemas; e, ao usar as ferramentas da Qualidade Total, os colaboradores aprendem a controlar a variabilidade, sendo o controle da variação o caminho técnico para a Qualidade Total.

2.4 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO UMA FORTE FERRAMENTA

Considera-se que o planejamento estratégico desempenha um papel fundamental na obtenção do sucesso e na sustentabilidade de todas as empresas, independentemente do seu tamanho. Contudo, para as pequenas empresas, o planejamento estratégico torna-se ainda mais relevante devido às limitações de recursos e à concorrência acirrada que esse grupo enfrenta no mercado. Por isso, faz-se necessário procurar compreender a sua importância para os pequenos empreendedores, visando destacar como essa prática pode ser um diferencial competitivo, contribuindo para o crescimento sustentável.

Conforme Nicaretta (2021, p.15):

A competição entre as organizações, torna-se cada vez mais importante um planejamento estratégico focado no desenvolvimento estruturado da organização, somado a isso, tem-se integração de todas as atividades desenvolvidas pelas empresas, entre elas, a gestão de pessoal, gestão processual, sistemas e estruturas organizacionais. Nas últimas décadas, diversos autores se propuseram a estudar e propor teorias e modelos no campo da administração para explicar e formular as máximas que envolvem o planejamento estratégico.

Nesse sentido, percebe-se que esse interesse pelo planejamento estratégico é algo que vem despertando o interesse de vários estudiosos no assunto que, por sua vez, procuram meios de poder demonstrar que, quando realizado de forma correta e eficaz, pode trazer inúmeros benefícios para os pequenos empresários. Afinal, entende-se que o sucesso e o desempenho da organização no mercado irão depender da integração de todas as atividades que são realizadas dentro e fora da empresa, com aspectos que envolvem a formulação de estratégias, as ferramentas estratégicas e os resultados que se almeja alcançar.

Sempre se torna relevante destacar que são as micro e pequenas empresas (MPE) que geram importantes contribuições econômicas dentro da sociedade, uma vez que elas participam ativamente do processo de mudança econômica e social, já que funcionam como mecanismos de renovação do tecido industrial, estruturando nichos de mercado e se tornando responsáveis por grande número de empregos.

Além disso, pode-se elucidar que, pela grande oferta de empregos que essas empresas oferecem, muitas vezes são consideradas a porta de entrada para o sucesso profissional de muitos funcionários (NICARETTA, 2021).

Ao se buscar os fatores mais importantes que são gerados pelo planejamento estratégico dentro dessas pequenas empresas, pode-se destacar os seguintes:

- Visão a longo prazo e objetivos claros: ao se pensar nesse quesito, deve-se compreender que uma das principais vantagens do planejamento estratégico para as pequenas empresas é a capacidade de estabelecer uma visão a longo prazo e definir objetivos claros. Enquanto algumas empresas podem se concentrar apenas em solucionar problemas imediatos, aquelas que adotam uma abordagem estratégica estão mais propensas a identificar oportunidades de crescimento sustentável. Definir metas a longo prazo permite que a empresa tenha um direcionamento claro, orientando as decisões diárias em direção a um objetivo maior (CANTUÁRIA, 2023).

Pensando no futuro é que se pode considerar a importância de se criar objetivos organizacionais claros e determinantes. A partir deles, a empresa saberá dizer onde quer chegar e, então, poderá definir quais ações estratégicas que serão executadas para consolidar, em diferentes esferas: estratégico, tático e operacional, aquilo que deseja conseguir. Destaca-se que os objetivos organizacionais podem ser de curto, médio e longo prazo (NONATO, 2023).

Os objetivos, quando estabelecidos de maneira realista, clara e mensurável, permitem que a empresa consiga saber onde quer chegar, uma vez que vai ter um caminho concreto a ser percorrido para colocar em prática sua estratégia geral que, por sua vez, irá permitir concretizar sua visão, alcançar suas metas e conquistar seus valores. “Conseguir atingir objetivos se traduz, muitas vezes, no aumento de produtividade, eficiência e lucratividade” (NONATO, 2023, p. 2).

“É apenas através de um planejamento eficiente que as ações presentes e futuras podem sofrer um contínuo redimensionamento, otimizando processos e focando em objetivos que são adequados às metas estabelecidas pelo negócio” (PÁDUA, 2019, p. 23). Diante dessa afirmativa, consegue-se entender que os objetivos e as metas propostas servirão como uma verdadeira bússola para os pequenos empreendedores e também para seus funcionários.

- Aproveitamento eficiente de recursos limitados: comumente, pequenas empresas operam com orçamentos restritos e recursos limitados. Daí que se percebe o relevante papel do planejamento estratégico para essas organizações, uma vez que será considerado como uma ferramenta essencial para otimizar o uso desses recursos. Isso porque, ao identificar áreas críticas que exigem investimentos e priorizando iniciativas de alto impacto, as pequenas empresas podem maximizar sua eficiência operacional. Além disso, o planejamento estratégico ajuda a evitar o desperdício de recursos em atividades que não contribuem significativamente para os objetivos de longo prazo da empresa.

- Adaptação às mudanças do ambiente de negócios: o ambiente de negócios está em constante evolução, seja devido a mudanças tecnológicas, flutuações econômicas ou transformações nas preferências dos consumidores. Pequenas empresas, muitas vezes mais vulneráveis a essas mudanças, podem se beneficiar significativamente do planejamento estratégico. Ao analisar regularmente o ambiente externo e interno, as empresas podem antecipar tendências, identificar ameaças e aproveitar oportunidades emergentes. Isso permite uma adaptação proativa, em vez de reativa, garantindo que a empresa permaneça competitiva e relevante no mercado.

- Construção de uma identidade de marca forte: o planejamento estratégico também desempenha um papel crucial na construção de uma identidade de marca sólida para as pequenas empresas. Ao definir claramente os valores, a missão e a proposta única de valor da empresa, o planejamento estratégico orienta todas as atividades de marketing e comunicação. Isso não apenas diferencia a empresa da concorrência, mas também cria uma conexão mais profunda com os clientes, contribuindo para a fidelização e a construção de uma reputação positiva no mercado.

- Tomada de decisão mais informada: a incerteza é uma constante nos negócios, especialmente para as pequenas empresas. O planejamento estratégico fornece uma estrutura que facilita a tomada de decisões mais informada. Ao basear as decisões em análises detalhadas, projeções realistas e considerações estratégicas, as empresas podem reduzir os riscos associados a escolhas impulsivas ou baseadas apenas em circunstâncias momentâneas. Isso contribui para a estabilidade financeira e operacional a longo prazo.

Com base nessas premissas, constata-se que o planejamento estratégico é uma ferramenta essencial para as pequenas empresas enfrentarem os desafios do mercado e construir um futuro sustentável. Ao proporcionar uma visão a longo prazo, otimizar recursos, adaptar-se às mudanças, construir uma identidade de marca forte e embasar decisões, o planejamento estratégico não apenas aumenta as chances de sucesso, mas também fortalece a resiliência da empresa diante das adversidades. Portanto, investir tempo e recursos no desenvolvimento e implementação de um planejamento estratégico robusto é um passo fundamental para o crescimento e a prosperidade das pequenas empresas.

2.5 ANÁLISE SWOT: UM CAMINHO PARA O DIAGNÓSTICO

Considerada como uma ferramenta bem conhecida no âmbito organizacional por estudar e analisar o ambiente interno e externo da empresa, a análise SWOT tem como fator preponderante constatar os pontos fracos e fortes, bem como as oportunidades e também as ameaças que circundam a instituição. Por isso, procura-se nesse momento melhor compreendê-la, tendo como fundamento os conceitos de alguns estudiosos.

A Análise SWOT busca estudar a competitividade da empresa, envolvendo diversas áreas, como, por exemplo, política, projetos ou programas governamentais. Sua estrutura está baseada em quatro variáveis, que são: *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças) (PONTES, 2014).

Apesar de parecer simples, esse método se mostra bastante eficaz na identificação dos fatores que influenciam no funcionamento da organização, fornecendo informações bastante úteis no processo de planejamento estratégico. Sua aplicação se divide em ambiente interno (forças e fraquezas) e ambiente externo (oportunidades e ameaças) (ARAÚJO et al, 2015).

Camargo (2019, p. 3) considera que “A utilidade dessa ferramenta é tão ampla que você pode fazer tanto uma Análise Swot de uma microempresa, de um governo, de uma organização sem fins lucrativos ou até mesmo uma análise pessoal”. Por isso que tal ferramenta tem credibilidade entre muitos gestores, já que a mesma permite prever quais ameaças e oportunidades poderão surgir, originando, então, pontos fortes e fracos para a organização.

Logo, deve-se compreender que, por ser uma análise bastante subjetiva, já que

busca identificar os pontos negativos do objeto de análise e transformá-los em positivos, deve-se observar que um dos critérios para uma análise bem-sucedida é que a mesma aconteça de forma bem específica, isto é, tenha um direcionamento claro e objetivo, independente da área que esteja verificando (marketing, financeira, recursos humanos, entre outras) (ARAÚJO et al, 2015).

Figura 1: Matriz SWOT

INTERNA	FORÇAS	FRAQUEZAS
	Características de abordagem agressiva: Aproveitamento da área de domínio da empresa.	Características de abordagem defensiva e de manutenção do estado atual da empresa.
EXTERNA	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	Características de abordagem de segmentação (área de aproveitamento potencial).	Características de desinvestimento, desativação ou blindagem: área de risco acentuado.

Fonte: Souza (2017).

Com base na Figura 01, pode-se entender o que vem a ser uma matriz SWOT e como ela está dividida nos ambientes organizacionais que compõem uma empresa, sendo aprofundado cada ponto nas análises subsequentes. A seguir, apresentam-se suas variáveis, comentando-se a importância de cada uma:

- **Strengths (força):** quando se pensar nesta variável, deve-se buscar compreender que a força da empresa está no fato de buscar sempre fazer o melhor dentro do cenário mercadológico, ou seja, buscando sempre oportunidades que irão fazer toda a diferença mediante seus concorrentes. Como exemplo, pode-se considerar que a empresa possui a capacidade de produzir seus produtos por um baixo custo e consegue lançá-los no mercado com preços baixos (SOUZA, SILVA e SANTOS, 2017, p. 33).
- **Weaknesses (fraqueza):** no intuito de poder evitar qualquer prejuízo, bem como a sua falência no mercado, a organização deve sempre estar atenta a toda e qualquer deficiência que possa vir a surgir, ou seja, a empresa deve

buscar sempre constatar tudo aquilo que possa lhe trazer alguma perda, procurando, rapidamente, superar tais dificuldades.

- **Opportunities (oportunidades):** tratando-se das oportunidades, percebe-se que este segmento faz toda a diferença para a organização, uma vez que pode fazer com que a mesma se destaque dentro do mercado. Considerado como um fator externo, as oportunidades são situações, tendências ou fenômenos, atuais ou potenciais, que podem contribuir para a concretização dos objetivos estratégicos (MARTINS, 2017; SILVA et al, 2018).

- **Threats (ameaças):** quando se pensa nas ameaças, deve-se ter em mente que estas são situações ou fenômenos externos, atuais ou potenciais, que podem prejudicar a execução de objetivos estratégicos. Para Martins (2017, p. 26), "as ameaças são atividades que podem levar a empresa para uma redução de receita ou até mesmo a seu desaparecimento". Estão ligadas aos concorrentes e novos cenários, desafiando a atual estratégia do empreendimento. Para evitá-las devem ser analisados seus graus de possibilidade de ocorrerem e níveis de gravidade.

Para melhor compreender, as ameaças devem sempre ser analisadas junto ao planejamento estratégico, no intuito de se poder descobrir o nível de ameaça sofrido pelos demais concorrentes.

Mediante tais preceitos, pode-se constatar que, se aplicada corretamente, poderá obter resultados satisfatórios não só para a organização, mas também para todos os envolvidos, sejam estes do setor interno ou do setor externo. Esse método se mostra bastante eficaz para o funcionamento da organização, fornecendo informações bastante úteis no processo de planejamento estratégico.

2.6 FERRAMENTA 5W2H

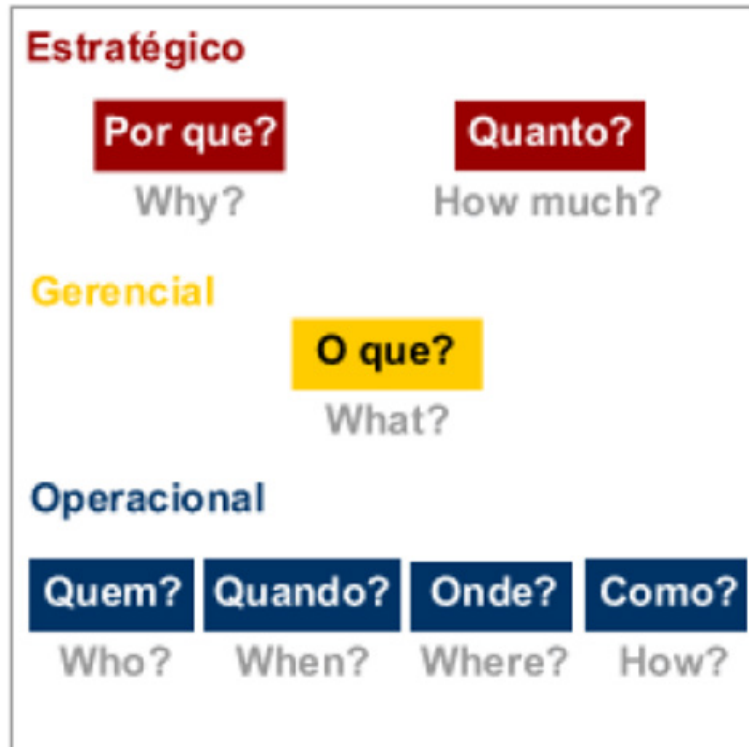
A técnica ou metodologia 5W2H é mundialmente conhecida e famosa por ser simples e de fácil utilização. É uma ferramenta bastante útil para qualquer tamanho de empresa, pode ser facilmente entendida desde o gerente até os estagiários. Por ser de fácil entendimento, a metodologia 5W2H é muito utilizada para planos de ação e planos de negócios, sendo uma ferramenta que facilita e agiliza as ações.

A metodologia 5W2H é simples porque ela consiste na resposta de 7 simples

perguntas:

- O quê (*what*): descrição do que deve ser feito, o nome da tarefa ou ação.
- Porque (*why*): por que esta ação deve ser feita, quais os benefícios?
- Onde (*where*): onde será feita ou aplicada?
- Quando (*when*): quando ela será feita ou quando deve estar pronta?
- Quem (*who*): quem será o responsável por esta atividade?
- Como (*how*): como a tarefa será feita?
- Quanto (*how much ou how many*): qual o custo para fazer ou quantas serão feitas?

Figura 2: Ferramenta 5W2H



Com base nessas informações, pode-se compreender que a ferramenta 5W2H

pode ajudar a definir as tarefas, tornando as atividades do gestor mais eficazes, permitindo, assim, que se possa acompanhar melhor o seu desenvolvimento de maneira visual e simples. Outro ponto relevante é o fato dela trazer mais clareza no que diz respeito às atividades de cada colaborador, facilitando, dessa maneira, a etapa de delegar tarefas (SEBRAE, 2023).

2.7 PM CANVAS

Freitas e Rodrigues (2021) consideram que o PM Canvas (*Project Model Canvas*) é uma ferramenta de gestão de projetos que pode ser útil para pequenas empresas, desde que a dinâmica da empresa permita a colaboração e a autonomia dos funcionários. Para os autores:

É uma metodologia de gestão que consiste em agrupar e relacionar as diversas áreas de um projeto de forma visual, utilizando um quadro e post-its. Uma das vantagens dessa ferramenta é oferecer às pessoas uma linguagem comum através da qual podem avaliar processos tradicionais e encontrar espaço para inovar (FREITAS e RODRIGUES, 2021, p. 3).

Para Gruber et al (2020), nos dias de hoje, uma boa gestão será possível através do conjunto de conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas utilizadas na execução de um processo. De certo modo, é isso que oferece o PM Canvas, já que através dele pode-se utilizar métodos ágeis e visuais que possibilitam a apresentação explícita dos projetos almejados, trazendo, então, rapidez e benefícios, além de uma melhor comunicação entre os envolvidos, contribuindo, assim, para a motivação da equipe e o comprometimento de todos os colaboradores da pequena empresa.

Camargo (2019) lembra que o PM Canvas foi criado em 2013, sendo considerada uma ferramenta que utiliza uma metodologia plenamente colaborativa, com a qual todos os envolvidos do projeto poderão participar de maneira proativa, visando suprimir a tão conhecida burocracia e o excessivo preenchimento de documentos desnecessários. O autor ressalta que o PM Canvas conseguiu notoriedade no mundo, sobretudo, no meio corporativo, fazendo, então, com que outros Canvas surgissem, com diversas funcionalidades e objetivos diferentes. Inclusive, para quem nunca ouviu falar, é possível pesquisar o PM Canvas online e conhecer diversos modelos.

No que diz respeito às vantagens, pode-se citar algumas, que são: ferramenta visual que permite sintetizar informações de um projeto em um formato acessível;

comunicação eficaz, visão abrangente do projeto, identificação de lacunas e riscos, e orientação na tomada de decisões; flexibilidade, pois permite que se realize facilmente qualquer correção ou alteração; simplifica o planejamento, tornando-o mais democrático e acessível a todos.

Assim, pode-se enfatizar que o *Project Model Canvas* é uma ferramenta bastante aceita por facilitar o planejamento e controle de reformas. Além disso, ele possibilita a visualização do projeto como um todo para aqueles que são considerados colaboradores da pequena empresa, permitindo uma produção rápida do plano do projeto. Outro ponto importante é que ele ajuda no “monitoramento e acompanhamento do projeto, transformando com mais agilidade a criação de cronograma e planilha de custos” (FREITAS e RODRIGUES, 2021, p. 8).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em tudo que foi apresentado ao longo dessa pesquisa, pode-se compreender que realmente as ferramentas administrativas são importantes para o micro e pequeno empresário. Isso porque através delas eles terão recursos necessários para nortear seus negócios e buscar sempre escolher as melhores formas de tomadas de decisão. Nesse sentido, conseguiu-se constatar que muitas são as ferramentas existentes, porém, aqui nesse estudo foram citadas aquelas que os autores consideraram as mais relevantes.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, J. C. et al. **ANÁLISE DE SWOT: uma ferramenta na criação de uma estratégia empresarial**, Lins, 2015. V Encontro Científico e Simpósio de Educação Salesiano, Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Faculdade de Lins, 2015. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2015/publicado/artigo0138.pdf>. Acesso em 10 ago. 2024.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Brasil tem 2,7 milhões de novas empresas em 2023**, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/setembro/brasil-tem-2-7-milhoes-de-novas-empresas-em2023#:~:text=De%20janeiro%20a%20agosto%20deste,1%20dia%20e%205%20horas>. Acesso em: 03 set. 2024.

CAMARGO, Robson. **Project Model Canvas para gerenciamento de projetos**, 2019.

Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/projec-model-canvas-para-gerenciamiento-de-projetos>. Acesso em: 28 set. 2024.

CANTUÁRIA, Augusto. **Planejamento estratégico e os pequenos negócios**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/planejamento-estrategico-para-pequenosnegocios,b913dd52aa611510VgnVCM2000004d00210aRC RD>. Acesso em: 05 out. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DINO, Flávio. **Mais de 2 milhões de empresas fecharam em 2023 no Brasil**, 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/05/09/mais-de-2-milhoes-de-empresas-fecharam-em-2023-no-brasil.ghtml>

FIALHO, Camila Borges et al. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores, **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v.3, n.1, 2018. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123/121>. Acesso em: 27 set. 2024.

FREITAS, Isadora; RODRIGUES, Priscilla. **Project Model Canvas, como ferramenta para controle e planejamento de reformas – Estudo de caso**. TCC (Engenharia Civil): Goiás: PUC, 2021. Disponível em: https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/1952/1/Trabalho_021%20%281%29.pdf. Acesso em: 27 set. 2024.

GEM. **Pesquisa GEM 2023**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/04/Apresentacao-PPT-GEM-BR-2023-FINAL-V3-3.pdf>. Acesso em: 05 set. 2024.

GRUBER, Vilson. Análise do Project Model Canvas para gestão de projetos com foco em inovação. **Revista Humanidades e Inovação**, v.7, n.9, 2020, p.334-45. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/2744>. Acesso em: 26 set. 2024.

LAVOR, Fabricio Candido Duarte de; SANTOS, João Jose Anselmo dos. O uso das ferramentas administrativas na cultura do coco. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 8, n.1, jan-fev, 2023, p.180-210. Disponível em: <https://www>.

relise.eco.br/index.php/relise/article/view/618/740. Acesso em: 28 set. 2028.

LEAL, Susanne Matos Nogueira; LIMA, Afonso Carneiro; MAIA, Anna Beatriz Grangeiro Ribeiro. Ferramentas da administração estratégica e tomada de decisão em empresas estatais, **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.3, n.58, 2024. <https://periodicos.fgv.br/rap/article/view/91290/85821>. Acesso em: 28 set. 2024.

MARTINS, Marcos Amâncio P. **Gestão Educacional: planejamento estratégico e marketing**. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

MORAIS, Deuzivan de Oliveira. **A importância do planejamento estratégico com ambidestria para pequenos negócios em tempos de crise**. TCC (Administração). Centro Universitário Unichristus: Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.unichristus.edu.br/jspui/bitstream/123456789/11118/1/DEUZIVAN.OLIVEIRA.DE.MORAIS.pdf>. Acesso em: 26 set. 2024.

NICARETTA, Leandro. **O impacto do planejamento estratégico no desempenho financeiro de micro e pequenas empresas**. Tese (Administração). Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/9732/Tese%20Leandro%20Nicaretta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 05 set. 2024.

NONATO, Lívia. **Objetivos organizacionais: o que são, importância e exemplos**, 2023. Disponível em: <https://blog.aevo.com.br/objetivos-organizacionais/>. Acesso em: 05 set. 2024.

OLIVEIRA, Thamara Martins de. **PERCEÇÃO DOS EMPRESÁRIOS LOCAIS ACERCA DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL-PR À LUZ DAS PROPOSIÇÕES DA LEI GERAL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS** / Thamara Martins de Oliveira. -- 2019. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/8089/1/OLIVEIRA.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2024.

PÁDUA, Heloíse Marques Falleiros de. **E-commerce para micro e pequenas empresas brasileiras: desafios e oportunidades**. Monografia (Gestão Financeira), Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2019. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/24166/1/CT_GESFIN_VII_2018_07.pdf. Acesso em: 05 set. 2024.

PINTO, Julio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: Oliveira, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul, 2008.

PONTES, J. E. **Análise SWOT como ferramenta de gestão estratégica: um estudo de caso na divisão de segurança da UEPB**. 2014. 48f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Planejamento e Gestão Pública) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014. Disponível em: <https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4370/1/PDF%20%20Jos%c3%a9%20Edson%20Pontes.pdf>. Acessado em: 25 jun 2024.

ROCHA, Camila Aparecida da. **Análise de ferramentas administrativa para auxiliar na comunicação interna e externa, com ênfase na produtividade**. Goiás: Universidade Evangélica de Goiás, 2020. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18539/1/GABRIELA%2C%20CAMILA%2C%20RAUDINERY%20%20E%20RICADO.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Planejamento estratégico para pequenos negócios**, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/planejamento-estrategico-para-pequenos-negocios,b913dd52aa611510VgnVCM2000004d00210aRCRD>. Acesso em: 26 set. 2024.

SEBRAE. **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte 2018**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/perfil-das-microempresas-e-empresas-de-pequeno-porte-2018,a2fb479851b33610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em: 22 set. 2024.

SEBRAE, Agência Sebrae. **Um país de 90 milhões de empreendedores**, 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/um-pais-de-90-milhoes-de-empreendedores/>. Acesso em: 28 set. 2024.

SEBRAE. **5W2H: o que é, para que serve e por que usar na sua empresa**, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/5w2h-o-que-e-para-que-serve-e-por-que-usar-na-sua-empresa>. Acesso em: 27 set. 2024.

SILVA, A.A. SILVA, N.S. BARBOSA, V.A. HENRIQUE, M.R. Baptista, J.A.
Utilização da Matriz Swot como Ferramenta Estratégica – um Estudo de

A
Caso

em uma Escola de Idioma de São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/26714255.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2024.

SOUZA E.L, SILVA A.K.A. SANTOS M.F.S. ANÁLISE SWOT E PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING COMO INSTRUMENTO PARA EXPANSÃO DO ARQUIVO DO SEBRAE PARAÍBA. VIII Seminário de Saberes Arquivísticos 1, 2017. Disponível em: <https://www.ufpb.br/evento/index.php/viii/sesa/paper/view/4611/2798>. Acessado em 12 ago. 2024.