



PROFISSIONALIZAÇÃO DA GESTÃO ADMINISTRATIVA EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Cryslaine Cristina Azevedo de Lima Gabriel¹, Haroldo Yutaka Misunaga²

RESUMO: O empreendedorismo constitui-se a partir do processo de gerar algo novo, algo que agregue valor pessoal para o empreendedor e para a sociedade. O empreendedor é aquele que compromete seu tempo, esforços e assume riscos para que o negócio dê certo. Porém, para que o novo negócio se desenvolva positivamente, o talento e iniciativa empreendedora devem estar associados a outros componentes, tais como planejamento e gestão profissional do novo empreendimento. Assim este trabalho objetiva analisar qual a influência da implantação de estratégias de marketing e ferramentas de controle financeiro para potencializar o resultado operacional de uma empresa de manutenção automotiva da cidade de Maringá - PR. A coleta de dados será realizada por meio de entrevistas com o proprietário da empresa e seus funcionários, com o objetivo de obter informações através de conversação de natureza profissional. Também serão utilizados dados secundários, por meio da análise de documentos da empresa estudada. Os resultados esperados com a realização deste trabalho incluem propor à empresa estudada bases que proporcionem seu desenvolvimento, gerar conhecimento que sirva de suporte ao empreendedor administrar o seu negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; profissionalização da gestão; micro empresa; manutenção automotiva.

1 INTRODUÇÃO

A partir do momento em que o mundo presenciou o surgimento da globalização e a rápida evolução tecnológica, a necessidade de se reinventar passou a ser prioridade em todo mercado mundial. A redução de barreiras e distâncias trouxe a necessidade de se reinventar com maior velocidade, não somente ao Brasil, mas no mundo todo. A inovação tecnológica aumentou ainda mais essa necessidade. Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010), a internacionalização das economias e as mudanças no comportamento do consumidor, levaram as empresas a rever seus processos, porém nem todas conseguiram se ajustar, elevando assim a demanda por novos entrantes. Seja o empreendedorismo gerado pela oportunidade, desejo de satisfação pessoal ou necessidade de autonomia, o novo negócio deve ser planejado e administrado com eficiência.

Para Dornelas (2012), empreendedorismo constitui-se do processo de gerar algo novo, algo que agregue valor pessoal e a sociedade. O empreendedor é aquele que compromete seu tempo, esforços e assume riscos para que o negócio dê certo. Porém, para que o novo negócio se desenvolva positivamente, o talento e iniciativa empreendedora devem estar associados a outros componentes, pois de acordo com Dornelas (2012, p. 24) “O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o sucesso”.

O primeiro passo do empreendedor voltado à gestão profissional é a elaboração de um plano de negócio, essa ferramenta apoia em tomadas de decisões e a iniciar o negócio. Bernardi (2006, p. 4) afirma que, “O plano de negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento”. O planejamento prévio gera conhecimento em relação a finanças, clientes, fornecedores e mercado (concorrência), e toda organização necessária para o funcionamento. Uma empresa não pode trabalhar no “achismo”, ou contar com “sorte ou azar”, precisa de planejamento e tomadas de decisões baseadas em fatos e estratégias de médio e longo prazo, seja pequena, média ou grande. Segundo Dornelas (2012), um componente que não pode faltar ao empreendedor é o *Know-How*, para que seja possível unir as habilidades pessoais, oportunidade e conhecimento sobre o negócio e o mercado, e convertê-los em crescimento.

Ao se iniciar um negócio próprio, é crucial estar preparado para assumir riscos, porém assumir riscos não se baseia somente em “coragem”, mas sim possuir conhecimento em relação a atividade exercida, planejar e controlar suas ações. Para Degen (2009) o fracasso da nova empresa, independente de seu porte provém da falta de habilidade em prever, administrar e superar situações de risco e possíveis crises.

O “fruto” gerado pelo ato de empreender é a atividade empresarial, que é definida a partir do ramo de atuação, tamanho, lucratividade e quantidade de funcionários. Porém, o foco deste trabalho é abordar as micro e pequenas empresas, que são empresas que geram uma lucratividade menor aos proprietários, e possibilitam a eles, seguir um padrão de vida desejável, apesar de retornos modestos. Segundo Antonik (2015), pequenas e

¹ Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário Cesumar – Unicesumar, Maringá-PR. Pesquisadora do Projeto de Iniciação Científica PIC Unicesumar. E-mail: crysazevedo2010@hotmail.com

² Doutorando em Administração (PPA/UEM). Professor do Centro Universitário Cesumar – Unicesumar. E-mail: haroldo.misunaga@unicesumar.edu.br



médias empresas, possuem muita capacidade de adaptação às necessidades do mercado, são flexíveis e podem tomar decisões rápidas e pontuais, reagindo de imediato as suas exigências.

Assim este trabalho objetiva analisar qual a influência da implantação de estratégias de marketing e ferramentas de controle financeiro para potencializar o resultado operacional de uma empresa de manutenção automotiva da cidade de Maringá - PR.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho possui natureza qualitativa e quantitativa. A combinação desses dois métodos visa levantar dados onde não se tem informações anteriores acerca de um determinado problema, levantamento de informações e desenvolvimento de hipóteses, para posteriormente serem aplicados ao modelo quantitativo (PINHEIRO, et al, 2011). O levantamento de opiniões, usos e costumes, experiências, observação do ambiente interno em busca de mapear os processos executados, informações a serem coletadas e posteriormente submetidas a coleta de dados estatísticos que as validem. Além disso, a pesquisa possui caráter exploratório pois busca examinar, mapear e obter informações sobre os setores da empresa, permitindo delimitar o campo de trabalho (SEVERINO, 2007).

Será realizada pesquisa documental, onde serão analisados os documentos internos de uma empresa de manutenção automotiva da cidade de Maringá – PR, com o intuito de levantar dados referentes à política administrativa dessa empresa. Pesquisa documental é uma fonte primária de coleta de dados, que podem ser escritos ou não, através de documentos de arquivo, contratos, diários, entre outros (MARKONI; LAKATOS, 2013).

A coleta de dados também contará com entrevistas com o proprietário da empresa e seus funcionários, com o objetivo de obter informações através de conversação de natureza profissional. A entrevista é um método de investigação social, que pretende averiguar fatos, condutas, sentimentos, planos de ação do entrevistado (LAKATOS; MARCONI, 2013).

Serão utilizados dados secundários, que são informações já existentes, disponibilizadas por outros meios de pesquisas serão utilizados para obtenção de conhecimento sobre o ambiente no qual a empresa está inserida.

A análise de dados a ser utilizada é a análise de discurso, realizada sobre a fala e textos gerados através de conversação e entrevistas. Método muito utilizado em psicologia social e sociologia agora podem ser utilizados em diversos campos do conhecimento. O analista do discurso deve se atentar a linguagem, descrições sonoras e todo o contexto interpretativo relacionado na entrevista. O material coletado será transcrito e organizado, com a finalidade de gerar informações e conhecimento (BAUER; GASKELL, 2007). Outro método de análise de dados a ser utilizada é a análise documental, pela qual será possível selecionar e levantar informação referente às práticas realizadas pela empresa, através de seus arquivos internos, contratos, diários, entre outros (MARKONI; LAKATOS, 2013).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em busca da competitividade e o desenvolvimento do negócio, o empreendedor precisa se manter informado, deve buscar adequar sua empresa a métodos profissionais de gestão administrativa. Segundo pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2013), com a criação da legislação que favorece a micro e pequena empresa, assim com o aumento da renda da população e o grau de escolaridade do empreendedor, já é possível observar um aumento na sobrevivência dessas empresas, superior do que o constatado no ano de 2002 por uma pesquisa realizada pelo mesmo, o empreendedorismo no Brasil é crescente, porém a mortalidade dessas empresas continua elevada e a falta de preparo dos empresários em gerenciar seu negócio é um dos grandes motivos do fracasso dessas empresas. A postura do empreendedor e sua família em relação á empresa devem ser profissionais, agir menos como donos e passar a gerenciar com ferramentas que possibilitem planejamentos de médio e longo prazo.

Os resultados esperados com a realização deste trabalho incluem propor à empresa estudada bases que proporcione seu desenvolvimento, gerar conhecimento que sirva de suporte ao empreendedor administrar o seu negócio. A partir da aplicação de ferramentas estrategicamente selecionadas para o porte da empresa e seu segmento, que lhe proporcione possuir controle de suas movimentações financeiras, estratégias de mercado, gerenciamento do capital humano e relacionamento com seus *stakeholders*.

REFERÊNCIAS

ANTONIK, L. R. Administração Financeira das Pequenas e Médias Empresas. Maio 2004. Disponível em <<http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revistadafae/faev8n1/revfaev8n109antonik.pdf>>. Acesso em: 03 de mai.2015.



BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som*. 6. Ed. Petrópolis: Vozes. 2007.

BERNARDI, Luiz Antônio. *Manual de Plano de Negócio, fundamentos, processos e estruturação*. São Paulo: Atlas, 2006.

DEGEN, Ronald Jean. *O Empreendedor, empreender como opção de carreira*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José. *Empreendedorismo*. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2012.

FERREIRA, Manuel Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando A. Ribeiro. *Ser Empreendedor, Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. São Paulo: Saraiva. 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. *Empreendedorismo no Brasil*. Curitiba: IBQP. 2013.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Técnicas de Pesquisa*. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2013

PINHEIRO, R. M.; CASTRO, G. C. de; SILVA, H. H.; NUNES, J. M. G. *Pesquisa de mercado*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do Trabalho Científico*. 23. ed. São Paulo: Cortez. 2007.