**UNIVERSIDADE ESTADUAL VALE DO ACARAÚ - UVA**

**INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISAS VALE DO ACARAÚ – IVA**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**FRANCISCO DAS CHAGAS LOPES FILHO**

**EMPREENDEDORISMO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**GUARACIABA DO NORTE – CE**

**2020**

**EMPREENDEDORISMO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**FRANCISCO DAS CHAGAS LOPES FILHO**

**RESUMO**

O objetivo principal deste trabalho é mostrar a importância do empreendedorismo e o planejamento estratégico como uma forma de crescimento e desenvolvimento da empresa. Por meio de estratégias lançadas pelos gestores na organização fazendo com que a mesma tenha destaque e crescimento no mercado consumidor. Autores como: CHIAVENATO (2012); BARRETO (1998); OLIVEIRA (2007); que engrandeceram esta pesquisa bibliográfica por meios de seus estudos, expondo pontos que são importantes na organização. Aliando o perfil empreendedor com o planejamento estratégico fazendo com que os gestores invistam no planejamento estratégico vendo os principais pontos fortes e fracos da empresa e assim elaborando estratégias em prol da empresa. Destacando também a missão, visão e valores da empresa e seus objetivos para o futuro da empresa, por meio de decisões da gestão e equipe de colaboradores em uma forma harmoniosa. O empreendedorismo aliado ao planejamento estratégico é uma ferramenta essencial no gerenciamento de uma empresa.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo. Planejamento Estratégico. Crescimento. Gestão.

1. **INTRODUÇÃO**

O mundo dos negócios está evoluindo gradativamente, com o surgimento de novos empreendimentos e a reestruturação de empresas no mercado, a competitividade é algo que existe em todo o mercado, mas somente a empresa que tem uma visão de mercado e um planejamento aliado a estratégias irá permanecer e destacar-se no mercado.

O empreendedor pode ser compreendido como o indivíduo que cria algo novo, que ver uma oportunidade de crescimento e está disposto a por em prática, assumindo riscos calculados e procurando crescimento financeiro e destaque no mercado.

O objetivo principal deste trabalho é mostrar a importância do empreendedorismo e o planejamento estratégico como uma forma de crescimento e desenvolvimento da empresa. A partir da metodologia bibliográfica pautada em autores como: CHIAVENATO (2012); BARRETO (1998); OLIVEIRA (2007); que engrandeceram esta pesquisa.

Pode-se entender que o planejamento é uma das principais atividades administrativa de gestão, onde o Planejamento Estratégico (EP) é um termo que envolve toda uma deliberação de estratégias e decisões que está ligada a toda a equipe administrativa de uma empresa, o que pode ser definido no planejamento estratégico está ligado a vários segmentos da empresa desde o aumento de vendas como a expansão da empresa no mercado, todo o processo de estratégia pode ser criando em nível de gestão e logo depois operacional, geralmente o planejamento estratégico é a longo prazo.

Justifica-se a criação deste trabalho, pois o empreendedorismo pode ser considerado como algo novo e inovador, desta forma sendo aliado ao planejamento estratégico a empresa passara a ter de destaque e crescimento.

O mercado está cada vez mais competitivo, fazendo com que as empresas se adaptem as principais mudanças, oferecendo produtos e serviços de qualidade a sociedade. Desta forma a elaboração e implantação de um planejamento estratégico é uma das prováveis soluções que as empresas estão adotando.

O empreendimento que efetiva o planejamento estratégico, deverá estar comprometido a toda a equipe de colaboradores, para que venha a ter resultados positivos e uma equipe em harmonia e com o mesmo proposito da organização.

1. **ORIGEM E CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO**

O termo empreendedorismo é passado de geração a geração como uma forma de inovação, criar algo novo que supra as necessidades da população. Podemos considerar que “o termo empreendedor (derivado da palavra francesa entrepreneur) foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que dizia ser entrepreneur um individuo que assume riscos”. (CHIAVENATO, 2012, p. 06)

Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. Pode-se afirmar que o empreendedorismo está diretamente ligado ao individuo que cria algo através de uma oportunidade do mercado, ou seja, após analisar a necessidade do mercado por algo novo o empreendedor cria algo que supra essa necessidade. Para Sebrae (2007, p. 15) “Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”.

O empreendedor também está associado àquele que trabalha nas organizações e da mesma forma tem inovação e criatividade para solucionar problemas. Segundo Camargo e Farah (2010, p.22) “o termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para a realização de um negócio ou para a introdução de uma inovação de gestão numa organização já estruturada”.

O empreendedorismo, gradativamente, vem se firmando como uma grande possibilidade de opção profissional, junto com a atuação dos profissionais em grandes organizações e na área pública. Atualmente, procura-se estimular o fomento e geração de novos empreendimentos e, mesmo que não se tenha um negócio próprio, o que se espera de quem trabalha nas organizações é que tenha espírito empreendedor e aja como se dono fosse. (BULGACOV, 1999, p. 47).

O empreendedorismo é um dos responsáveis do desenvolvimento e crescimento da economia de um país, o empreendedorismo também se trata de cidades, regiões, comunidades e etc. Através da prática empreendedora pode-se perceber que é um dos grandes fatores para a criação de renda e oportunidades de emprego para a população. “Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio”. (SEBRAE, 2007, p.2).

Segundo Chiavenato pode-se compreender que empreendedores:

Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. (...) inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. (CHIAVENATO, 2007, p. 4)

Mirshawka (2003, p.84) complementa que “o empreendedor é aquele indivíduo que consegue fazer as coisas acontecerem, e além de ser capaz de identificar oportunidades de mercado, possui uma primorosa sensibilidade para negócios e tino financeiro para transformar uma ideia em um fato econômico em seu benefício”.

Qualquer tipo de empreendimento inicia-se com a ideia e conclui-se com a exploração da oportunidade, por meio de um dos fatores como o planejamento estratégico. O empreendedorismo vem se tornando uma necessidade quase que vital pros trabalhadores que buscam adaptação no mercado e na nova realidade, com planejamentos para o futuro pessoal e profissional, apresentando várias características do profissional de sucesso.

1. **PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES**

Segundo Chiavenato (2004, p.6) o "empreendedor é detentor de três características básicas que o identifica como tal, sendo elas: necessidade de realização; disposição para assumir riscos até o ponto em que podem exercer determinado controle pessoal sobre o resultado; e autoconfiança, pois possuem controle interno mais elevado que a população em geral e sabem que seu sucesso depende de seus próprios esforços e habilidades.

As características fundamentais para um bom empreendedor que tenha sucesso em seu empreendimento pode está associado à motivação pessoal, iniciativa, criatividade, liderança, formar equipes, ter autoconfiança e etc. Pode-se perceber que para ter sucesso no empreendimento e a implantação solida do negócio no mercado, o empreendedor deverá ter um olhar mais abrangente sobre o mercado que ira atuar e saber os principais caminhos administrativos para poder ter destaque no mercado consumidor.

Chiavenato (2012, p. 20) acrescenta que para iniciar um empreendimento “em geral, o que leva um empreendedor às atividades criativa e inovadora é quase sempre sua necessidade de realização, sua disposição de assumir riscos e sua autoconfiança”. A implantação e elaboração de um negócio partem em muitas vezes da iniciativa do indivíduo que põe em prática deus sonhos e desejos de crescimento pessoal e profissional, muitos com o desejo de ter o próprio negócio e deixando de fazer parte da equipe de funcionários de alguma empresa.

Sousa (2005, p. 18) acrescenta que todo empreendedor:

É influenciado pelo seu contexto e momento histórico, pela sua conduta e sistema de valores, o que pode representar capacidade de se adaptar às mudanças em seu meio, despender esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo ideias originais. Isso pode se traduzir por criatividade, busca de oportunidade, correr risco e, de uma forma global, inovação. O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar essa característica de inovação e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real.

1. **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Planejar pode ser entendido como um método de formulação de objetivos e ações que serviram para decisões futuras. O planejamento configura como uma das primeiras formas administrativas para determinar os objetivos a serem atingidos e os meios por quais serão usados. De maneira geral o planejamento estratégico pode ser analisado como uma forma de alavancar e desenvolver o andamento da empresa por meio de analises e decisões de forma harmoniosa e hierárquica. Segundo Kotler (1992, p.63), “planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

Percebe-se que, para a implantação de um planejamento estratégico a organização terá que conhecer o mercado em que atua e os tipos de concorrentes que irá enfrentar no mercado consumidor e o perfil dos clientes esperados. O processo de planejamento estratégico parte da equipe de gerenciamento da empresa onde deverá ter uma comunicação direta com toda a equipe de funcionários da empresa, para comunicar o proposito da empresa, destacando sua visão, missão, valores e objetivos esperados.

Andrews (2001, p. 58) acrescenta que:

A estratégia é padrão de decisões, que revela e determinam os objetivos, metas e produz as principais políticas e planos para obtenção dessas metas e define a escala de negócios em que a empresa deve se envolver, o tipo de organização que pretende ser e a natureza da contribuição econômica e não econômica que pretende proporcionar aos seus acionistas, funcionários e comunidades.

É de fundamental importância que se tenha estratégias dentro das organizações para que, possam alcançar o sucesso empresarial e evitar o risco de instabilidade. A estratégia consiste em mudanças estruturais, para que a empresa possa a vim ser destaque a frente da concorrência e sobreviver às mudanças constantes do mercado.

Para Oliveira (2007, p. 18) o planejamento estratégico:

É normalmente, de responsabilidade dos níveis mais altos da empresa e diz respeito tanto á formulação de objetivos quanto á seleção dos cursos de ação a serem seguidos para sua consecução esperada. Também considera as premissas básicas que a empresa, como um todo, deve respeitar para que o processo estratégico coerência e sustentação decisória.

Pode-se levar em conta que para a implantação de um planejamento estratégico, tanto para uma empresa que está iniciando no mercado como empresas que já estão fixadas, definir as estratégias que ira percorrer no mercado irá ter uma grande diferença, pois com o planejamento poderá assim ter mais analise de possíveis erros que poderão ser evitados, alcançando resultados mais significativos com sua razão de existir no mercado.

**5. CONCLUSÃO**

Para que uma organização permaneça no mercado, o gestor deverá levar em consideração os aspectos fundamentais de gerenciamento de uma empresa em todas as partes da administração de um negócio. Desta forma percebe-se a grande importância do empreendedor conhecer o ramo de atividade que seu negócio ira oferecer a população. O mundo está em constante transformação e desta forma vem crescendo cada vez mais o mundo dos negócios e varias ares de atuação. E é de grande valia que todo gestor e empresário devera ter um olhar empreendedor para o andamento do empreendimento.

No que se refere ao empreendedorismo e o planejamento estratégico, podem ser considerados como grandes ferramentas para um bom gerenciamento de uma empresa, sendo ela pequena, média ou grande empresa.

É importante que as empresas deixem de lado o pensamento de elaborar o planejamento estratégico apenas uma vez no ano ou quando realmente percebem que precisam implantar um planejamento, pois o melhor momento irá variar conforme o modelo de negócio. Pois o planejamento estratégico aliado ao empreendedorismo ira facilitar o entendimento do negócio e trazer resultados significantes para a empresa, e elaborando o planejamento estratégico com o conhecimento e envolvimento de toda a equipe de colaboradores da empresa ira trazer melhores resultados.

As estratégias criadas para a empresa irá fazer com que ela se destaque frente às outras empresas e mantendo-a competitiva no mercado em que atua.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ANDREWS, K. R. O conceito de estratégia empresarial. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J.B. **O processo da estratégia.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Barreto, L. P. (1998). Educação para o empreendedorismo. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.

BULGACOV, S. **Manual de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1999.

CHIAVENATO. I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO. I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; FARAH, O. E. **Gestão empreendedora e intraempreendedora**: estudos de casos brasileiros. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P.,SHEPHERD, D. A**. Empreendedorismo.** 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MIRSHAWKA, Victor. **Gestão Criativa:** aprendendo com os mais bem-sucedidos empreendedores do mundo. São Paulo: DVS Editora, 2003.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 23. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade in:SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES Tomás de Aquino (org.) **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.

SEBRAE**. Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.