

TÉCNICAS E FERRAMENTAS DE GESTÃO UTILIZADAS POR MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DE JUÍNA/MT

Teófilo, Erica Maicheli

Zamperetti, Ricardo

RESUMO

Com as oportunidades que surgem, várias empresas estão sendo abertas no país, principalmente com as questões de desempregos que vem abalando todo o território nacional. Sem a necessidade de investimentos altos para montar o próprio negócio, o Microempreendedor Individual (MEI) precisa apenas de boas ideias e características empreendedoras para lhe prover um crescimento, tanto empresarial como profissional. Diante desta abordagem, o presente artigo tem como objetivo principal fazer um estudo e análise sobre as Técnicas e Ferramentas de Gestão Utilizadas por Microempreendedores individuais de Juína/MT para abertura do seu negócio. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, em forma de pesquisa de campo. Os dados apresentaram natureza qualitativa e quantitativa e foram levantados com a aplicação de um questionário, aos Microempreendedores Individuais de setores diversificados, localizados em várias áreas do município, sendo que 16 Microempreendedores Individuais participaram da pesquisa. Com a análise das respostas obtidas na pesquisa percebeu-se que os Microempreendedores Individuais do município, ao iniciarem suas atividades não utilizaram Técnicas e Ferramentas de Gestão, sendo que a maioria desconheciam essas referidas técnicas. Sem a utilização dessas Técnicas e Ferramentas de Gestão os empreendedores deixam de monitorar o progresso e crescimento de sua empresa e também de efetuar melhorias no negócio, fazendo com que a empresa não apresente um crescimento satisfatório e não se torne competitiva no mercado, podendo se tornar insolvente. A experiência e o gosto pelo serviço prestado faz toda a diferença na hora de abrir uma empresa.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual, Planejamento, Gestão Empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

Hoje em dia há um número elevado de empreendimentos sendo gerados no país, e uma das principais causas é o empreendedorismo por necessidade, ou seja, pessoas optam por iniciar um novo negócio, mesmo não tendo níveis de escolaridade altos, mas agarram as oportunidades que aparecem, para aumentar sua renda ou simplesmente para ter autonomia e auto realização. Muitos também abrem o seu próprio negócio por possuírem conhecimento ou alguma experiência no ramo.

Considerando que nem todos fazem um bom planejamento para analisar a viabilidade de sobrevivência da empresa, e sendo assim, acabam prejudicando o desenvolvimento e crescimento da empresa. É essencial que antes de começar a organizar uma empresa sejam feitos planos que estabeleçam propósitos e direções para atividades como liderá-la e controlá-la. Um planejamento bem elaborado é a chave fundamental para uma empresa ter sucesso.

O planejamento é geralmente considerado a função principal para quem quer abrir um negócio, pois ajuda a definir os objetivos organizacionais e também a determinar os métodos e tipos de controle necessários.

O presente trabalho busca definir as características de um empreendedor e de um Microempreendedor Individual, buscando identificar se esses utilizaram ou não Técnicas e Ferramentas de Gestão para abertura do seu negócio.

O trabalho aborda pesquisa junto aos Microempreendedores Individuais do município de Juína-Mato Grosso, para avaliar o preparo que eles tinham antes de iniciar o seu empreendimento.

Considerando que atualmente vários empreendimentos vão sendo gerados no País e com isso o mercado vai ficando cada dia mais competitivo. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), das empresas abertas, 31% não ultrapassam o primeiro ano de atividade e após 5 (cinco) anos chega a 60%. Pesquisas apontam que as empresas que mais obtêm sucesso são as indústrias, de cada 100 empresas abertas, 75,1% permanecem ativas no mercado nos dois anos seguintes. Logo depois, aparecem o comércio (74,1%), serviços (71,7%) e construção civil (66,2%). A criação de novos negócios é

uma das causas da prosperidade social, econômica e financeira, pois permite a geração de novos empregos e de oportunidades para a sociedade além de contribuir para o aumento da competitividade e a eficiência econômica. Para poder se diferenciar do concorrente e tornar-se um MEI de sucesso, essas empresas precisam ter conhecimento suficiente para não irem à falência nos primeiros anos de atividade. Não basta apenas querer ser um empreendedor e investir em um negócio, é necessário possuir habilidades e fazer um estudo aprofundado no mercado em que pretende se inserir. O mercado empreendedor hoje precisa de pessoas que tenham conhecimento e saibam identificar aquilo que precisa no momento próprio e na intensidade adequada, saber assimilar e aplicar esse conhecimento no momento de fazer a empresa ter sucesso.

Diante do exposto este trabalho tem como problematização saber: Quais as Técnicas e Ferramentas de Gestão os Microempreendedores Individuais (MEI) de Juína-MT empregaram para planejar a abertura do seu negócio?

De acordo com o Problema de Pesquisa, tem como Objetivo Geral estudar as Técnicas e Ferramentas de Gestão que os Microempreendedores Individuais de Juína-MT adotaram para planejar a abertura do seu negócio.

Quanto aos objetivos específicos busca-se:

- I. Conceituar empreendedor e Microempreendedor;
- II. Apontar as técnicas e ferramentas essenciais para planejar a abertura de negócios;
- III. Levantar quais as técnicas e ferramentas os Microempreendedores Individuais utilizaram para planejar a abertura dos negócios;
- IV. Analisar a eficiência das técnicas adotadas tendo em vista os resultados obtidos.

A justificativa deste trabalho se dá pela fundamental importância na carreira profissional do pesquisador, pois será capaz de obter conhecimento perante os MEI's que existem no município de Juína/MT e fazer um levantamento das principais Técnicas e Ferramentas de Gestão utilizadas por eles na abertura de seu negócio. Pretende-se também que seja aprofundado o assunto por outros acadêmicos para

dar continuidade e transmitir aos profissionais desta área, ideias e conhecimento que possam ser desenvolvidos e que tragam benefícios ao município.

Muitas Micro e Pequenas empresas fecham as portas no primeiro ano de existência. Além dos fatores desfavoráveis que afetam a economia brasileira, a razão para o fracasso está na falta de planejamento. Mas com os pés no chão, a chance de vencer a insegurança e ser bem sucedido aumenta muito.

Não é a toa que o país está sempre em lugar de destaque, quando se trata de empreendedorismo, pois apesar de vários empecilhos, o número de pessoas que se aventuram em busca de seus ideais é grande no Brasil.

Porém, os que alcançam sucesso são aqueles que identificam as oportunidades corretamente e tiram proveito delas. E também aqueles que não se deixam intimidarem, pois, além de tudo é necessário ter a perseverança, determinação e não deixar se levar pelas circunstâncias agressivas, que muitas vezes ameaçam a construção de um negócio. Por isso é necessário ser resiliente.

O planejamento de um negócio pode ser uma das ferramentas mais importantes para ajudar o MEI alcançar o sucesso empresarial. Essa ferramenta é a responsável por mostrar toda a viabilidade e estratégia do seu empreendimento. Portanto, a importância do planejamento está na captação e elaboração, principalmente no bom senso em avaliar o conjunto de fatores de viabilidade financeira e mercadológica, que possibilitarão ao MEI coordenar um plano de ação, através do caminho mais adequado para abertura de seu negócio.

O SEBRAE vem sempre buscando ajudar o MEI de forma de que ele consiga se tornar um bom Empreendedor e que não deixe sua empresa ter uma mortalidade precoce, ele busca estabelecer um conceito para aqueles que pretendem se destacar no mercado e se diferenciar dos demais.

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois são dotados de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. (CHIAVENATO, 2006, p. 05).

O Governo Federal através da Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado.

A estrutura deste trabalho está desenvolvida em 05 (cinco) capítulos, sendo introdução, referencial teórico, metodologia, análise dos dados e conclusão.

No primeiro capítulo estão expostos a introdução, problematização, objetivo geral, objetivo específico, justificativa e estrutura do trabalho.

Já no segundo capítulo foi desenvolvida a fundamentação teórica compreendendo a estrutura conceitual e objetiva da pesquisa.

No terceiro capítulo evidencia-se a metodologia e os tipos de pesquisas abrangentes no estudo.

Já no quarto capítulo foi realizada a pesquisa com a participação de 16 Microempreendedores Individuais, sendo aplicadas 25 perguntas e efetuado análise do questionário aplicado.

O quinto e último capítulo foi destinado as considerações finais, apresentando avaliação do estado dos MEI do município de Juína-MT, com base nos questionários e estudo teórico desenvolvido no presente trabalho.

CONCEITO DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – MEI

Com a criação da Lei Complementar nº 128/2008, que foi sancionada pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, tendo seus autores Guido Mantega e Miguel Jorge, sendo publicado em 19 de Dezembro de 2008, o MEI passou a ter condições especiais para não ser tratado como informal, mas sim se tornar um MEI legalizado. E uma das vantagens oferecidas por esta lei é o registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) o que facilita a tomada de empréstimos bancários, e emissão de notas fiscais. O MEI será enquadrado no Simples Nacional ficando isento de outros tributos federais (lei 128/2008).

O MEI é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser considerado um MEI, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. Pode ter apenas um colaborador recebendo até um salário mínimo. É enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais como Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL. Sendo assim, pagará apenas o valor fixo

mensal de R\$ 47,85 (comércio ou indústria), R\$ 51,85 (prestação de serviços) ou R\$ 52,85 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Com essas contribuições, o MEI tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros.

PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL NA REGIÃO DE JUÍNA

De acordo com dados disponibilizados pelo IBGE (2015) a região de Juína tinha uma população equivalente à 198.370 pessoas. A variação média anual de crescimento da população de 2010 a 2015 foi de 2% ao ano. Comparado com a população total do estado, a região representou 6% desse total.

Verificou-se também que em 2010, 2/3 da população da região encontrava-se na área urbana, e que 53% desse total era do sexo masculino e 47% do sexo feminino.

As MPE's representam 97% das empresas da região, seguidos pelas empresas de médio e grande porte, os MEI's representam 68% dessas empresas, conforme mostra a figura 01.

Figura 1: Quantidades de empresas, segundo os portes e setores.



Fonte: SEBRAE/MT

Juína é o principal município que possui o maior número de empreendedores formalizados como MEI. A Tabela 1 mostra a distribuição do MEI por setores, segundo os municípios.

Tabela 1: Distribuição dos MEI's por setores, segundo os Municípios

Municípios	Agro	Com	Const Civil	Ind	Serv	Total geral
Aripuanã	7	228	25	74	344	678
Brasnorte	2	136	12	42	194	386
Castanheira	3	65	22	25	79	194
Colniza	4	280	17	56	300	657
Cotriguaçu	1	105	8	26	107	247
Juara	3	187	38	77	311	616
Juína	15	504	221	203	940	1.883
Juruena	6	139	26	45	196	412
Novo Horizonte do Norte	-	27	9	8	42	86
Porto dos Gaúchos	5	40	18	19	92	174
Rondolândia	2	16	4	9	29	60
REGIÃO	48	1.727	400	584	2.634	5.393

Fonte: SEBRAE/MT

As exportações realizadas pela região em 2015 somaram um montante de US\$ 102.096.748,00. Em 2013, a região quase duplicou o faturamento das exportações. Já em 2014, as exportações caíram. E em 2015 teve aumento significativo de 3% em relação aos últimos anos. Em relação às importações a região somou um montante de US\$ 46.155,00. Registrando resultado negativo em relação a 2012 de -99%. A Tabela 2 mostra as exportações e importações de cada município da região.

Tabela 2: Exportações e importações dos MEI's de cada município da região.

Exportações

Municípios	2012	2013	2014	2015	Variação 2015/12
Aripuanã	19.691.122	21.776.475	21.568.222	19.857.711	-16%
Brasnorte	48.880.494	115.195.873	95.514.769	59.496.528	22%
Colniza	11.330.531	13.381.811	11.594.918	11.017.266	-3%
Cotriguaçu	4.292.754	4.318.522	4.917.424	4.072.201	-5%

Juina	7.164.473	7.644.413	6.819.705	5.810.943	-19%
Juruena	5.334.246	3.266.132	3.393.015	1.346.950	-75%
Porto dos Gaúchos	2.248.521	1.830.124	0	495.149	-78%
TOTAL (US\$)	98.942.141	167.413.350	143.808.053	102.096.748	3%

Importações

Municípios	2012	2013	2014	2015	Variação 2015/12
Aripuanã	16.868.388		25.494	0	
Brasnorte	0	0	970.000	13.442	
Colniza	3.500	2.322	0	0	
Cotriguaçu	10.175	195.737	0	23.428	30%
Juina	45.913	40.658	381.500	9.285	-80%
Juruena	0	0	73.586	0	
Porto dos Gaúchos	0	0	684.607	0	
TOTAL (US\$)	16.927.976	238.717	2.135.187	46.155	-99%

Fonte: SEBRAE/MT

ANÁLISE DOS RESULTADOS

ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO APLICADO

Os 16 Microempreendedores Individuais que participaram da pesquisa foram questionados sobre a utilização de Técnicas e Ferramentas para abertura do seu negócio. Com o intuito de identificar e avaliar se eles tinham conhecimento dessas ferramentas e se elas foram usadas no momento da abertura do negócio. Pelo fato das perguntas possuírem termos técnicos de gestão e para facilitar o entendimento do entrevistado, o questionário foi aplicado pelo pesquisador.

Abaixo a análise das perguntas aplicadas.

Pergunta nº 1 – Ramo de Atividade - 50% dos entrevistados são do setor do comércio, em seguida vem o setor de serviços com 25% e indústria com também

25%, os setores de construção civil e agronegócio não foi possível identificar. Pelas respostas obtidas a maioria acreditava que a rentabilidade desse ramo seria melhor.

Pergunta nº 2 – Tempo de atuação nesse ramo - 80% dos entrevistados estão no ramo a mais de 5 anos. E 15% estão no ramo a menos de 3 anos. Conforme relato dos entrevistados que estão no ramo a menos de 3 anos, a vontade de crescer e inovar a cada dia mais faz com que esse tempo só aumente.

Pergunta nº 3 – O que levou a optar por esse ramo - 43% dos entrevistados entraram no ramo por experiência e 36% pelo gosto e que 25% foi pela influência dos amigos.

Pergunta nº 4 – Porque optou por esse ramo - 70% dos entrevistados optaram por esse ramo por causa das oportunidades que surgiram, ou seja, a maioria tinha a vontade de abrir um negócio e a cada oportunidade que surgia eles iam aproveitando da melhor forma, até abrir o seu próprio negócio.

Pergunta nº 5 – Como se sentiam na hora da abertura do negócio - 50% dos entrevistados, sentiam que tinham todos os perfis de um dono de empresa, pois como eram sozinhos eles também foram obrigados a desenvolver esses perfis para que sua empresa tivesse sucesso.

Pergunta nº 6 – Capacitação para iniciar no ramo - 65% dos entrevistados não fizeram nenhum tipo de capacitação para atuar no ramo do empreendedorismo, haja vista que a capacitação pode ser a chave fundamental para que eles possam expandir seu mercado e tomar decisões corretas em relação a sua empresa. E 25% dos entrevistados buscaram conhecimento em diversas áreas, afim de entender melhor o que empreendedorismo, e levar resultados positivos para sua empresa.

Pergunta nº 7 - Se consideravam com perfil de empreendedor - 75% dos entrevistados se considerava com perfil empreendedor, ou seja, a maioria tinha certeza do que queria, se consideram aptos abrir um negócio.

Pergunta nº 8 - Permanência na motivação após abrir o negócio - 75% dos empreendedores estão se sentindo bem com o empreendimento, fazendo com que trabalhem motivados, sempre buscando melhorar o negócio. Já 25% dos empreendedores não estão satisfeitos com o negócio, fazendo com que trabalhem

desmotivados, sem vontade de inovar. Sendo assim 25% correm o risco de não permanecer por muito tempo no mercado.

Pergunta nº 9 – Opção pelo MEI - 50% dos empreendedores optaram pelo MEI pelas vantagens e 50% pela facilidade.

Pergunta nº 10 – Como se informaram sobre o MEI - 43% dos entrevistados ficaram sabendo sobre o MEI através de amigos, 30% ficaram sabendo através do SEBRAE e 25% através de jornalismo, contador, etc.

Pergunta nº 11 - Nível de escolaridade na abertura do seu negócio - 70% dos entrevistados só tinham ensino médio e 5% fizeram alguns cursos técnicos para entrar no ramo.

Pergunta nº 12 – Parcerias - 50% dos entrevistados tiveram o SEBRAE como parceiro e 50% não tiveram nenhum tipo de parceria, verifica-se também que a Prefeitura da Cidade não está muito focado nos MEI's, pois diante das respostas ela foi a única que não os ajudou em nada.

Pergunta nº 13 - Conhecimento das fases de planejamento - 75% dos entrevistados não tinham conhecimento das fases de planejamento, sendo que essa é uma das ferramentas fundamentais para o crescimento da empresa e permanência no mercado, dos 25% que responderam sim e algumas, relataram que o planejamento era feito de jeito simples, apenas para adquirir novos produtos para a empresa por um preço mais baixo. E não de um jeito que estipulasse o que iam alcançar daqui uns meses ou anos, ou seja, em longo prazo.

Pergunta nº 14 - Visão de estratégia competitiva em relação aos concorrentes - 45% dos entrevistados não tinha visão da estratégia competitiva, já os 55% que responderam sim, ou seja, que tinham visão de estratégia competitiva. Relataram que sempre buscavam fazer os seus produtos/serviços com o máximo de qualidade possível, para que seus clientes saíssem de suas empresas satisfeitos.

Pergunta nº 15 - Visão da sua Estrutura Organizacional - 80% dos entrevistados não tinha Visão de sua estrutura organizacional, e os 20% que tinham essa Visão, relataram que esse foi o elemento fundamental, para que sua empresa mantivesse o foco nos objetivos.

Pergunta nº 16 - Utilização de ferramentas de controle - 55% dos entrevistados não utilizaram ferramentas de controle, e os 45% que utilizaram, relataram que as ferramentas que utilizaram para controlar o seu negócio foram livro caixa e sistemas de informações.

Pergunta nº 17 - Elaboração do Plano de Negócio - 95% dos entrevistados não utilizaram plano de negócio e o 5% que realizaram, relataram que o Plano de Negócios foi capaz de mostrar toda viabilidade e estratégia do seu empreendimento.

Pergunta nº 18 - Elaboração de Plano de Marketing - 65% dos entrevistados não utilizaram fizeram a elaboração de um Plano de Marketing, os 45% que realizaram, relataram que o marketing deles foram de boca a boca, carro de som, TV. O Plano de marketing é fundamental, desde a iniciativa do seu empreendimento, quando a empresa é nova no mercado ações de marketing são favoráveis pois, podem provocar a curiosidade das pessoas. Por isso, é importante que a empresa comunique a todos os clientes potenciais o que está sendo implantado de novo no mercado. Sendo assim um dos fatores essencial na implantação de um novo negócio é o planejamento de marketing, buscando o sucesso do negócio, de forma a garantir que o capital aplicado na empresa tenha um retorno rápido.

Pergunta nº 19 - Utilização de Análise Econômica Financeira - 95% dos entrevistados não utilizaram de Análise Econômica Financeira e apenas 5% utilizaram. A Análise Econômica Financeira é essencial, pois visa obter informações financeiras e econômicas, tendo como objetivo a tomada de decisão dentro da empresa. Através das principais demonstrações, como o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício, onde irá extrair índices de três períodos para observar a situação da empresa, focando-se em três tipos de análises, Análise de Liquidez, Análise de Endividamento e Análise da Insolvência.

Pergunta nº 20 - Conhecimento da Análise SWOT ou FOFA - 85% dos entrevistados não tinham conhecimento da Análise SWOT ou FOFA, os 15% que tinha conhecimento, relataram que usaram essa análise para melhorar o desenvolvimento da empresa, tornando-se mais competitiva no mercado. A Análise SWOT ou FOFA é uma das ferramentas mais simples e ao mesmo tempo úteis que uma empresa tem ao seu dispor para entender o ambiente em que está inserida e criar a base de informações necessárias para planejar seu futuro.

Pergunta nº 21 - Realização de Análise de Mercado - 55% dos entrevistados não fez Análise do Mercado para saber se seu produto/serviço era útil, os 45% que fizeram, dizem ter feito essa pesquisa conhecer e, dessa maneira, entender seus potenciais clientes, assim como seus concorrentes, e analisar as pessoas realmente querem pagar pelos serviços ou produtos que eles oferecem.

Pergunta nº 22 - Diferencial Competitivo - 55% diz que seu diferencial competitivo é a qualidade, 15% diz que é a disponibilidade do serviço/produto rápido e prático, 25% diz que é o preço acessível e 10% diz que todos foram utilizados da melhor forma possível para que seu produto/serviço tenha um diferencial competitivo excelente, a fim de atrair clientes.

Pergunta nº 23 - Atração de clientes Atração - 50% dos entrevistados não utilizaram métodos para atrair clientes, isso mostra que os microempreendedores individuais não estão buscando alternativas paralelas para atrair seus clientes, apenas 25% informa que a propaganda é a sua forma de atrair. E 20% disseram usaram promoções e um diferencial de serviço para atrair os seus clientes.

Para a empresa ser bem sucedida e apresentar crescimento empresarial, necessita-se de clientes, pois sem eles a empresa não sobrevive. Dessa forma nota-se que a propaganda é uma vantagem competitiva perante aos demais concorrentes.

Pergunta nº 24 - Visão da concorrência - 50% dos entrevistados não se importam com os concorrentes. Conhecer e se importar com os concorrentes é fundamental, pois é possível aprender com os acertos e com os erros de quem já atua no mercado.

Pergunta nº 25 - Avaliando a Lucratividade - 65% dos entrevistados avaliam a sua lucratividade como bom e 20% avaliam como favorável já 15% avaliam sua lucratividade como ruim.

Os 15% que avaliam como ruim a sua lucratividade correm riscos de ter perdas financeiras e até mesmo fecharem as portas, os que apresentam esse status ruim, são os mesmos que estão desmotivados com o seu empreendimento e não possuem conhecimento de planejamento e estratégias para o seu comércio.

CONCLUSÃO

Com a realização deste trabalho foi possível concluir que a maioria dos Microempreendedores Individuais de Juína-MT, não conheciam, portanto não haviam aplicado as Técnicas e Ferramentas de Gestão na abertura do seu negócio. Mas, que a maioria deles estão a mais de 5 (cinco) anos no ramo, ou seja, não ocorreu uma mortalidade precoce por falta de planejamento como dizem várias literaturas da área.

Mas com o mercado competitivo como esta hoje, é necessário que as empresas tenham no mínimo conhecimento dessas ferramentas, como por exemplo o conhecimento dos concorrentes, que melhorem os meios de atrair clientes. Pois sem o conhecimento dessas técnicas acabam perdendo a competitividade, ou seja, como não sabem elaborar estratégias, acabam deixando de conquistar o mercado, perdem os clientes e também as formas de se destacar entre os demais, e por não terem um planejamento bem definido, perdem tempo e recursos financeiros, pois o seu desenvolvimento fica parado no tempo, continuam um Microempreendedor Individual por longo prazo, e pode acontecer de virem à falência. Sem a utilização dessas ferramentas deixam de efetuar melhorias na empresa, fazendo com que ela não apresente um crescimento satisfatório.

Com o término do trabalho pode-se concluir que algumas empresas não continuarão no ramo ou simplesmente não irão evoluir para ME, fazendo com que o município não possua um alto crescimento com relação às MEI's que já estão em funcionamento. Vendo que as Técnicas e Ferramentas de Gestão não estão sendo aplicadas por um percentual grande dos mesmos, sendo que para as empresas evoluírem e obter melhorias no seu ramo de atividade necessita-se de conhecimento, iniciativa e determinação, para se estabelecer e se manter ativo no mercado, se diferenciando dos seus concorrentes e conquistando novos espaços.

REFERENCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

Santa Catarina, 2009. Disponível em:

<www.ifes.com.br/biblioteca/repbib/000000/000000C3.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PORTAL DO EMPREENDEDOR – MEI. **Microempreendedor Individual**.

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>

Acesso em: 03 ago. 2018.

PORTAL DO EMPREENDEDOR – MEI. **Benefícios do Microempreendedor**

Individual. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/beneficios/>>- Acesso em: 02 ago. 2018.