INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense
Câmpus Lajeado

ANAIS DO X SEMINÁRIO DE EMPREENDEDORISMO E ASSOCIATIVISMO

Inovação e Sustentabilidade

ANAIS DO X SEMINÁRIO DE EMPREENDEDORISMO E ASSOCIATIVISMO

X SEA

Tema:
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

24 a 26 de Setembro de 2024

Comissão Organizadora

Amílcar Cardoso Vilaça de Freitas

Ismael de Lima

Janaina Schvambach

Laura Verônica Rodrigues Imbriaco

Octavio de Castilhos Badia

Péricles Purper Thiele

Rodrigo Luís Melz

Vagner Augusto Betti

Walter Marçal Paim Leães Junior

Tema: **INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE**

Lajeado/ RS - 24 a 26 de Setembro de 2024

Realização:
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Câmpus Lajeado

S471a Seminário de Empreendedorismo e Associativismo (10. : 2024 : Lajeado, RS)
Anais do X Seminário de Empreendedorismo e Associativismo – SEA, 24 a 26 de setembro de 2024, Lajeado, RS [recurso eletrônico] / organizadores: Amílcar Cardoso Vilaça de Freitas... [et al.]. – Lajeado, RS : IFSul, 2024.
34 p.

1. Gestão. 2. Empreendedorismo. 3. Associativismo. 4. Inovação 5. Sustentabilidade. I. Freitas, Amílcar Cardoso Vilaça de (org.). II. Título.

CDU: 658

Ficha catalográfica elaborada por Mirca Silveira - Bibliotecária – CRB-10/718

Apresentação

É com grande satisfação que apresento este e-book, que celebra a décima edição do Seminário de Empreendedorismo e Associativismo (SEA), um evento que se consolidou como um espaço de reflexão, aprendizado e conexão entre a academia, o mercado e a comunidade. Ao longo de suas dez edições, o SEA tem sido um catalisador de ideias, práticas e inovações, contribuindo para o desenvolvimento regional e para a formação de profissionais mais preparados para os desafios do mundo contemporâneo.

A origem do SEA remonta a 2014, quando o Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul) – Câmpus Lajeado, em parceria com a Prefeitura Municipal de Lajeado, deu início a um projeto de extensão voltado ao fortalecimento das microempresas do Polo de Confecções da região. O que começou como um seminário focado em estudos de caso para o setor têxtil e vestuário evoluiu para um evento amplo e diversificado, que hoje abrange empreendimentos locais de diversos segmentos, promovendo o diálogo entre teoria e prática, e incentivando o espírito empreendedor entre os estudantes.

Ao longo desses anos, o SEA se reinventou, incorporando novas dinâmicas, como a Feira de Negócios e a Mostra de Trabalhos organizadas nas edições de 2017 e 2018, que proporcionaram aos participantes oportunidades únicas de *networking*, exposição de produtos e troca de experiências. Além disso, a transmissão ao vivo do evento, realizada nas últimas edições, permitiu que o SEA ultrapassasse os limites físicos do câmpus, alcançando um público ainda maior e fortalecendo sua relevância para a comunidade acadêmica e empresarial do Vale do Taquari.

Nesta décima edição, o X SEA traz uma novidade significativa: a constituição de Grupos de Trabalho (GT's) como espaços dedicados à apresentação e discussão de pesquisas concluídas ou em andamento. Com esses GT's buscou-se reunir pesquisadores, empreendedores, gestores e demais interessados, promovendo um diálogo rico e plural sobre temas relevantes para o desenvolvimento regional e para a sustentabilidade. Essa

iniciativa reforça o compromisso do evento com a produção de conhecimento aplicado e com a formação de profissionais alinhados às demandas do mercado e da sociedade.

Além disso, o evento é pensado de forma a se manter alinhado aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, contribuindo para a promoção de uma educação de qualidade (ODS 4), o fomento ao trabalho decente e ao crescimento econômico (ODS 8), o estímulo à inovação e à industrialização sustentável (ODS 9), a construção de cidades e comunidades mais inclusivas (ODS 11) e à proteção dos ecossistemas terrestres (ODS 15). Esses pilares reforçam o compromisso do evento com um futuro mais justo, sustentável e próspero para todos.

É importante destacar que o X SEA, realizado em setembro de 2024, foi contemplado pelo Edital PROEX Nº 02/2024 - Edital Geral de Fomento do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense (IFSul). Esse apoio foi fundamental para a organização do evento e para a produção deste e-book, que registra e compartilha algumas das discussões, experiências e aprendizados gerados durante o seminário. O fomento da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEX) reforça o reconhecimento do SEA como uma ação de extensão de relevância institucional e comunitária.

Por fim, gostaria de agradecer a todos que, ao longo dessas dez edições, contribuíram para o sucesso do Seminário: professores, estudantes, empreendedores, gestores públicos, parceiros e a comunidade em geral. Este e-book é um registro desse percurso e uma celebração das conquistas alcançadas. Que ele inspire novas ideias, parcerias e iniciativas, e que o SEA continue a crescer, sempre com o compromisso de unir teoria e prática, academia e mercado, para o desenvolvimento de nossa região e de nossa sociedade.

Boa leitura a todos!

Prof. Dr. Péricles Purper Thiele

Coordenador do Seminário de Empreendedorismo e Associativismo

Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul) – Câmpus Lajeado

PROGRAMAÇÃO

24/09/2024

Abertura Oficial	13:15 - 13:30
Palestra: “A fascinante Índia”	13:30 - 15:30
Palestra: “Inovação sustentável”	16:30 - 18:00
Troca de turno: Tarde - Noite	-----
Atividades culturais	19:30 - 21:00
Palestra: “Potencialidades do Vale do Taquari”	21:00 - 22:00

X SEA

PROGRAMAÇÃO

25/09/2024

Palestra: “Educação transformadora para o futuro”	07:30 - 08:45
Palestra: “Vamos falar sobre inovação?”	09:00 - 10:30
Troca de turno: Manhã - Tarde	-----
Palestra: “Vamos falar sobre inovação?”	13:15 - 14:30
Palestra: “Educação transformadora para o futuro”	14:45 - 16:15
Troca de turno: Tarde - Noite	-----
Apresentações de GTs (resumos)	19:00 - 21:00
Oficina Promove/Labilá	21:00 - 22:00

X SEA

PROGRAMAÇÃO

26/09/2024

Palestra: “Como o Cooperativismo Financeiro Impulsiona a Prosperidade e Sustentabilidade”	19:00 - 20:30
Palestra: “Projetos de Inovação no IFSul: Incubadoras e parque tecnológico	21:00 - 22:00

→ Encerramento

X SEA

SUMÁRIO

1. PESQUISAS

PROJETO DE ANÁLISE DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2021-2023 DO MUNICÍPIO DE LAJEADO/RS.....**11**

GESTÃO DE EQUIPES REMOTAS: TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA O TELETRABALHO.....**15**

PLANO DE NEGÓCIO E VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA DE UM NEGÓCIO DE MARCENARIA CRIATIVA LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE LAJEADO/RS.....**18**

PROJETO DE ANÁLISE DO PROCESSO SUCESSÓRIO EM EMPRESAS FAMILIARES NO VALE DO TAQUARI.....**26**

ESTUDO DE CASO: GESTÃO, PLANEJAMENTO, MARKETING E POSICIONAMENTO DE MERCADO DA EMPRESA CACTO AZUL.....**30**

PROJETO DE ANÁLISE DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2021-2023 DO MUNICÍPIO DE LAJEADO/RS

Eixo de Pesquisa: Inovação e Empreendedorismo

Eliane Cátia Theves[(1)], **Rodrigo Luís Melz**[(2)]

[(1)]Estudante do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – IFSul Câmpus Lajeado/RS. E-mail:elianetheves.lj020@academico.ifsul.edu.br
[(2)]Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Professor(a) no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – IFSul Câmpus Lajeado/RS. E-mail: . rodrigomelz@ifsul.edu.br.

Palavras-Chave: Planejamento. Turismo. Vale do Taquari. Lajeado.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho aborda o projeto de uma pesquisa que está em elaboração e possui alguns resultados parciais. Tem como tema principal o Plano Municipal de Turismo desenvolvido para o município de Lajeado/RS, localizado no Vale do Taquari. Serão investigadas as propostas e implementações ocorridas no intervalo temporal de 2021 a 2023, período destinado ao Plano, assim como os impactos socioeconômicos gerados para a cidade e as possíveis melhorias a serem consideradas neste plano.

Segundo o Secretário de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Agricultura (SEDETAG) do município, Sr. André Bücker, Lajeado é uma cidade de oportunidades, e o setor do turismo se encaixa perfeitamente neste conceito. A participação e contribuição da gestão pública é muito importante no desenvolvimento de políticas públicas que possibilitem que empreendedores e empresários busquem qualificar produtos e serviços e atuem de forma integrada no mercado (Lajeado, 2020).

O turismo na região do Vale do Taquari, no Rio Grande do Sul, tem ganhado destaque e investimentos nos últimos anos. Além da natureza exuberante, o Vale do Taquari tem investido em atividades turísticas diversificadas, como cultural, de negócios, eventos gastronômicos, ecológico e religioso. Projetos como a finalização do Cristo Protetor em Encantado e o Trem dos Vales têm impulsionado o turismo na região. Recentemente, o governo do estado lançou o programa Avançar Turismo, destinando recursos para investimentos no setor, incluindo cerca de R$ 13 milhões para o Vale do Taquari. Esses investimentos visam melhorar a infraestrutura, qualificar profissionais e promover os atrativos locais (Sebrae, 2023).

A justificativa para esta pesquisa baseou-se na crescente importância do turismo na região do Vale do Taquari, que tem recebido investimentos significativos para diversificação de atividades turísticas, incluindo cultural e gastronômico. Projetos como o Cristo Redentor em Encantado e o Trem dos Vales, assim como o programa Avançar Turismo, que destinou R$13 milhões para o setor, têm impulsionado o turismo local (Sebrae). Dada a relevância social e econômica do turismo para Lajeado, tornou-se essencial uma análise detalhada do Plano Municipal de Turismo para entender suas implicações e propor melhorias. Este estudo visa fornecer informações e análises para promover o desenvolvimento sustentável e a prosperidade da cidade, contribuindo para a maximização dos benefícios econômicos e sociais para a população local.

O objetivo deste trabalho foi analisar a implementação do Plano de Turismo de Lajeado durante o período de 2021 a 2023. A pesquisa focou em descrever detalhadamente a execução do plano, entender as transformações provocadas na cidade, listar as ações que foram efetivamente realizadas e aquelas que não foram implementadas, e identificar os principais entraves enfrentados. Além disso, propôs-se soluções para uma aplicação mais eficaz do Plano Municipal de Turismo. A análise envolveu uma avaliação dos impactos positivos e negativos das ações já realizadas e buscou compreender como o plano contribuiu para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, coordenando as ações em longo, médio e curto prazo para consolidar uma estratégia harmônica e coesa para o futuro (Lajeado, 2020).

METODOLOGIA

Para a pesquisa sobre a implementação do Plano Municipal de Turismo de Lajeado no período de 2021 a 2023, será utilizada uma abordagem que combina pesquisa documental e entrevista semi-estruturada com 4 pessoas em distintos cargos. A investigação se concentrará em explorar o tema, identificar as ações previstas e executadas, além de compreender os principais desafios enfrentados durante a execução dessas ações. O estudo também realçará o valor do turismo para a geração de receita, emprego e enriquecimento cultural em Lajeado. A natureza predominante desta pesquisa é qualitativa, embora elementos quantitativos, como estatísticas e tendências, também sejam incorporados para complementar a abordagem interpretativa e exploratória.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente resumo traz uma pesquisa ainda em vias de realização do trabalho de campo. Através da coleta e análise de dados se espera responder à pergunta de pesquisa e seus objetivos, ou seja, descrever e analisar de que forma se deu a implementação do Plano de Turismo de 2021 a 2023 para Lajeado. Os estudos conduzidos até esse momento da pesquisa quanto a referencial teórico, possibilitaram um maior esclarecimento sobre o campo de estudo, com destaque para elementos como o Relato Histórico e Geográfico do Município de Lajeado e Região, Turismo Regional, Organizações e legislação voltadas ao Turismo no município de Lajeado/RS, Planejamento de Turismo e Políticas Públicas do Turismo. Além disso, a construção do objeto de pesquisa exigiu uma investigação prévia

do campo. Nesses primeiros contatos, já é possível perceber que muitas ações previstas no Plano de Turismo de Lajeado não foram realizadas como :

Sinalização de Atrativos Turísticos: A sinalização voltada para os pontos e atrativos turísticos é considerada insuficiente. Locais importantes como os parques de Lajeado e o Jardim Botânico não são bem sinalizados nas regiões centrais e com grande fluxo de pessoas. Melhorar essa sinalização é crucial para destacar os atrativos turísticos e facilitar o acesso dos visitantes.

Presença Digital e Informação Online: A presença de Lajeado nas redes sociais e a qualidade das informações disponíveis na internet são aspectos que requerem atenção. Atualmente, não há uma página dedicada exclusivamente ao turismo no site da Prefeitura Municipal, e as informações disponíveis são incompletas e pouco detalhadas. O site da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Turismo e Agricultura (SEDETUR) também apresenta informações despadronizadas, incompletas ou desatualizadas, o que compromete a visibilidade e o acesso às informações turísticas.

Divulgação e Funcionamento de Roteiros Turísticos: O roteiro “Tour Lajeado” e outros roteiros como o “Caminhos de Lajeado” estão inativos e pouco divulgados. O “Tour Lajeado”, que deveria ser realizado em um ônibus turístico, não está mais em funcionamento e não é promovido de forma eficaz. A falta de promoção e a inatividade desses roteiros limitam as oportunidades para os turistas conhecerem as atrações da cidade.

Qualificação das Informações Turísticas: Há uma necessidade urgente de qualificação das informações turísticas na internet, começando pelo site da Prefeitura Municipal. É essencial que o site apresente uma seção dedicada exclusivamente ao turismo, com informações completas e atualizadas sobre hospedagem, alimentação, guias e agências de turismo locais. Além disso, a divulgação detalhada das rotas e roteiros turísticos existentes deve ser uma prioridade para atrair e informar os visitantes de maneira eficaz.

Por outro lado, Lajeado tem avançado no desenvolvimento de sua infraestrutura turística, refletindo um esforço coordenado para melhorar a experiência dos visitantes. A implementação do Centro de Atenção ao Turista (CAT), em parceria com a AMTURVALES e a Prefeitura Municipal, é uma das principais conquistas, permitindo um atendimento contínuo aos turistas durante os finais de semana. Além disso, a cidade apresenta uma estrutura robusta de serviços de apoio, com diversas agências bancárias e uma rede de saúde abrangente, garantindo suporte eficiente para os visitantes. A articulação regional através da AMTURVALES e a boa sinalização para locais essenciais são também aspectos notáveis que contribuem para a consolidação de Lajeado como um destino turístico relevante. Estes avanços são fundamentais para criar uma base sólida para o crescimento contínuo do turismo na cidade.

CONCLUSÕES

Entre 2020 e 2024, Lajeado apresentou uma evolução significativa no cadastro de prestadores de serviços turísticos, conforme os dados do Cadastur. Em 2020, a cidade contava com um total de 80 prestadores de serviços turísticos registrados, incluindo

agências de turismo, guias, meios de hospedagem e outros segmentos relacionados. Em 2024, o número total aumenta para 122 prestadores, evidenciando um crescimento considerável na oferta de serviços turísticos, como 35 agências de turismo e 32 guias de turismo, além de uma variedade de serviços relacionados ao transporte, hospedagem e organização de eventos. Este aumento no registro de prestadores indica uma ampliação e diversificação da infraestrutura turística em Lajeado.

No entanto, a consolidação de rotas e roteiros turísticos ainda enfrenta desafios. Em 2020, Lajeado integra apenas um roteiro, o Tour Lajeado, que não é consolidado e atualmente não está mais listado no site da AMTURVALES. Em 2024, apesar de a AMTURVALES organizar 14 rotas/roteiros turísticos, o Vale continua a enfrentar dificuldades na consolidação e promoção eficaz de suas rotas turísticas. Esta situação reflete a necessidade de estratégias mais robustas para o desenvolvimento e divulgação das rotas turísticas de Lajeado e do Vale do Taquari.

Embora Lajeado implemente algumas medidas positivas para o desenvolvimento do turismo, como a criação do Centro de Atenção ao Turista (CAT) e a boa infraestrutura de serviços de apoio, ainda existem áreas significativas que necessitam de melhorias. A sinalização insuficiente dos atrativos e a presença digital deficiente são desafios que precisam ser abordados. A revitalização e divulgação dos roteiros turísticos, bem como a melhoria das informações online, são essenciais para maximizar o potencial turístico da cidade e oferecer uma experiência mais rica e acessível para os visitantes.

REFERÊNCIAS

Amturvales. **Associação dos Municípios de Turismo da Região dos Vales**. 2024. Informações turísticas sobre a região dos vales. Disponível em: https://www.amturvales.com.br/. Acesso em: 07 jul. 2024.

CADASTUR. **Cadastro de prestadores de serviços turísticos.** Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br>. Acesso em: 28 jun. 2024.

DUARTE, Rosália. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar em revista, n. 24, p. 213-225, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUITARRA, Paloma. **Turismo**. Mundo Educação, UOL, 2020. Disponível em: https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm. Acesso em: 13 jun. 2024.

Lajeado 2020.pdf Disponível em<Plano Municipal de Turismo - Lajeado 2020.pdf>Acesso em 15 de abril 2024.

Sebrae. **O turismo em destaque no Vale do Taquari - RS.** 2023. Disponível em:<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-turismo-em-destaque-no-vale-do-taquari-rs,52cc80ef2b216810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em 06 ago. 2024.

GESTÃO DE EQUIPES REMOTAS: TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA O TELETRABALHO

Eixo de Pesquisa: Inovação e Empreendedorismo

Vitória Danielle Diemer [1]

[1] Estudante; IFSul; Lajeado/RS. vitoriadiemer.lj021@academico.ifsul.edu.br

Palavras-Chave: Teletrabalho. Pandemia Covid-19. Desafios.

INTRODUÇÃO

Diante das restrições impostas pela pandemia de Covid-19, diversas medidas protetivas foram sugeridas para mitigar a propagação do vírus. Uma das principais recomendações estabelecidas pelas autoridades de saúde foi o distanciamento social, o que resultou na manutenção exclusiva das atividades laborais consideradas essenciais. Diante desse cenário, empresas privadas e instituições públicas empreenderam esforços para se adaptarem a essas novas condições, flexibilizando a jornada de trabalho. Entre as principais estratégias adotadas pelas organizações, destaca-se o teletrabalho, que emergiu como uma resposta viável para manter a continuidade das operações enquanto se minimiza o risco de transmissão do vírus.

A flexibilização do trabalho envolve flexibilidade de horários, local e modo de execução. O teletrabalho, uma forma de flexibilidade laboral, é frequentemente usado como sinônimo de termos como home office, trabalho remoto e telecommuting (Broek & Keating, 2011). Nesta pesquisa, é adotado o termo teletrabalho referindo-se ao trabalho realizado fora da estrutura física da organização, utilizando tecnologias da informação e comunicação, em tempo parcial ou integral, sendo este último também chamado de modelo híbrido (Leite; Lemos; Schneider, 2023).

As dificuldades que emergiram com a adoção maciça do teletrabalho se apresentam para os gestores como um grande desafio na gestão de suas equipes. Considerando como papel do gestor diagnosticar os problemas que possam surgir e comprometer a produtividade das equipes de trabalho, devem estes líderes atuarem para mitigar estas situações. Neste sentido, Teixeira (2022) aborda que os desafios enfrentados pelos líderes de equipes virtuais incluem dificuldades na expressão e comunicação eficaz por meios eletrônicos, a necessidade de inspirar a equipe e construir confiança à distância, gerenciar e orientar os subordinados remotamente, além de dominar as ferramentas tecnológicas da

organização. Diante dos desafios encontrados por colaboradores e gestores, do impacto do teletrabalho também para o setor público, esta pesquisa objetiva responder a seguinte questão de pesquisa: Quais os desafios enfrentados por colaboradores e gestores durante a implementação e desenvolvimento do teletrabalho em uma Instituição Pública?

METODOLOGIA

A pesquisa parte de uma abordagem qualitativa com relação ao problema (Flick. 2009). Com relação a seus objetivos, esta pesquisa é classificada como descritiva (Gil, 2017). O método adotado para esta pesquisa é de levantamento, baseado em informações viabilizadas pelos sujeitos da pesquisa (Gil, 2017). O levantamento ocorreu através de um questionário aplicado a quatro servidores de uma equipa de um Departamento de Administração e Planejamento de uma Instituição Federal de Ensino.

O questionário, composto por dezesseis questões, teve como objetivo coletar informações sobre a gestão do teletrabalho na Instituição. Cabe destacar que um teste piloto foi realizado com um pesquisador externo. Após as considerações feitas por esse pesquisador, o questionário foi adaptado e, em seguida, aplicado aos respondentes. A aplicação ocorreu via e-mail entre maio e junho de 2024. Com relação a análise dos dados, está foi por meio da análise de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com os desafios elencados pelos respondentes, foi possível realizar a descrição dos principais desafios encontrados. Com isso, considerando a literatura sobre o tema, propõem-se algumas recomendações visando mitigar esses desafios. Estas informações estão compiladas no Quadro 1

Desafios	Recomendações
D1: Dificuldade de comunicação remota com os servidores (E1).	Disponibilizar ferramentas que facilitem a comunicação entre os servidores e fomentar a utilização de uma ferramenta institucionalizada.
D2: Falta de recursos patrimoniais dos servidores (E2).	Possibilitar o empréstimo de mobiliário para os servidores, conforme Decreto nº 11.072.
D3: Dificuldade de integração efetiva entre setores e equipes (E3).	Oferecer feedbacks contínuos e reconhecimento pelo bom desempenho e propor atividades de integração entre setores.
D4: Dificuldade na mensuração da produtividade (E4).	Instrumentalização o ERP da instituição para auxiliar na mensuração da produtividade.
D5: Dificuldade na mensuração do impacto nos custos da organização (E1).	Controlar o impacto nos custos da presença dos servidores no ambiente de trabalho.
D6: Falta de relações interpessoais entre colegas (E3 e E4).	Proporcionar reuniões/momentos de diálogo entre a equipe mensalmente.
D7: Falta de capacitação (E2, E3 e E4).	Potencializar os cursos relacionados a capacitação dos servidores e incentivar a busca por novas capacitações.
D8: Dificuldade no sistema de registro de atividades (E3).	Projetar sistema de registro de atividades de maneira automatizada para que garanta eficiência.

Fonte: Elaborado pela autora

CONCLUSÕES

O presente estudo se dedicou a analisar os principais desafios enfrentados pelas equipes no desenvolvimento do teletrabalho. O estudo conseguiu atender ao objetivo proposto. Identificou-se os desafios, técnicas e ferramentas para melhor produtividade das equipes e práticas e ferramentas para gestão de equipes no teletrabalho. Um dos desafios centrais identificados no desenvolvimento dessa modalidade de trabalho diz respeito às várias barreiras desse processo. Essas barreiras englobam desafios relacionados à falta de estrutura das necessidades específicas para execução do teletrabalho, dificuldade na comunicação, e regulamentação do teletrabalho, foram apontados como obstáculos específicos. Constatou-se que as ferramentas utilizadas para execução do trabalho a distância podem não possuir estrutura adequada para a produtividade e visibilidade do trabalho de forma eficaz.

Como limitações deste trabalho, salienta-se que a pesquisa foi realizada em apenas uma Instituição e a amostra foi por conveniência com um número limitado de respondentes. Além disso, obteve apenas uma fonte de dados. Seguindo por essa mesma linha, seria mais proveitoso um maior número de respondentes, contribuindo com maiores informações para agregar ao estudo. Futuramente, existe a possibilidade de realizar mais estudos relacionados ao teletrabalho, focando em outras Instituições Públicas e possibilitando a comparação entre os modelos adotados. Neste mesmo sentido, pode-se conduzir estudos focados nesta modalidade de trabalho no setor privado.

REFERÊNCIAS

BROEK,Van Den; D., KEATING, E. (2011). **Rights to a process for the masses or select privileges for the few? Telework policy and labour market inequality in Australia.** Policy Studies, 32(1), 21-33. Acesso em: 10 jul. 2024.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa. Editora S. A., 2009.** Acesso em: 30 mar. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa – 6. ed. – São Paulo : Atlas, 2017**. Acesso em: 30 mar. 2024.

LEITE, A. L.; LEMOS, D. C.; SCHNEIDER, W. A. **Teletrabalho: Uma revisão integrativa da literatura internacional. Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 21, n. Edição Comemorativa, p. 0-0, 2023. Acesso em: 09 de jul. 2024.

TEIXEIRA**,** Talyta Rafael**. Liderança em Tempos de trabalho home office: Desafios, ferramentas e práticas.** Disponível em: Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso: Liderança em tempos de trabalho home office : desafios, ferramentas e práticas. (ufop.br). Acesso em: 02 mar 2024.

PLANO DE NEGÓCIO E VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA DE UM NEGÓCIO DE MARCENARIA CRIATIVA LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE LAJEADO/RS

Eixo de Pesquisa: Inovação e Empreendedorismo

Joana Carolina Paludo[1], **Péricles Purper Thiele** [2]

[1] Estudante do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – IFSul Câmpus Lajeado/RS. E-mail: joanapaludo.lj019@academico.ifsul.edu.br;
[2] Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Professor(a) no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – IFSul Câmpus Lajeado/RS. E-mail: periclespurper@gmail.com

Palavras-Chave: Plano de Negócios, Empreendedorismo, Microempreendedores, Marcenaria Criativa.

INTRODUÇÃO

Os Microempreendedores individuais frequentemente enfrentam desafios significativos devido à falta de planejamento adequado ou ao fato de abrirem seus negócios por necessidade, e não por oportunidade. Estudos mostram que isso aumenta as chances de encerramento prematuro das atividades. Segundo o Sebrae (2023), 29% dos Microempreendedores Individuais (MEIs) encerram suas atividades dentro de cinco anos. O estudo revela que o setor com maior taxa de mortalidade é o comércio (30,2%), enquanto o setor com menor mortalidade é o das indústrias extrativas (14,3%).

Entre os fatores identificados como mais relevantes para o insucesso estão a gestão inadequada, problemas ambientais, planejamento deficiente e falta de preparo pessoal. A pesquisa do Sebrae (2023) indica que 17% dos empreendedores não realizam nenhum planejamento, enquanto 59% planejaram apenas um período máximo de seis meses. Além disso, a pesquisa aponta que 42% dos empreendedores buscaram algum tipo de capacitação formal, evidenciando que a maioria carece de formação adequada para a criação de novos negócios (Sebrae 2023).

Diversos autores enfatizam a importância do planejamento adequado para a criação de novos negócios. A evidência empírica mostra que a falta de planejamento é ainda uma realidade no contexto brasileiro. Reforça-se, portanto, a necessidade de um planejamento

eficaz para evitar perdas financeiras e retrabalhos. Exemplos de sucesso, como as São Francisco Casa Pet em Cachoeira do Sul e a UniKids em Lajeado, demonstram que a elaboração de um plano de negócios pode resultar em avaliações positivas da viabilidade técnica e econômica logo após o início das operações.

O plano de negócios é essencial para aumentar as chances de sobrevivência dos empreendedores, pois a identificação de erros antes do lançamento no mercado, minimizando o risco de fechamento ou prejuízo. Nesse contexto, o presente trabalho visa auxiliar um empreendedor do setor de marcenaria criativa em Lajeado/RS na elaboração do plano de negócios.

O estudo focou na proposta de negócio que atualmente existe apenas como uma ideia e visa verificar se esta é efetivamente uma oportunidade antes de realizar investimentos. O empreendedor já está produzindo algumas peças e o plano de negócios será fundamental para avaliar a viabilidade técnica e econômica do empreendimento, que será familiar composto por seis sócios/parceiros, incluindo a pesquisadora.

Diante disso,a questão de pesquisa formulada é: De que maneira é elaborada a ferramenta Plano de Negócios e como ela pode ser utilizada para fazer a análise da viabilidade técnica e econômica para o negócio de marcenaria criativa em Lajeado/RS?

Portanto o objetivo geral é orientar a elaboração da ferramenta Plano de Negócio para realizar a análise da viabilidade técnica e econômica da marcenaria criativa localizada no município de Lajeado/RS. Para cumprir com o objetivo específico formulou-se os seguintes objetivos específicos: Realizar um levantamento da teoria do empreendimento, verificar os modelos de Plano de Negócio, orientar a elaboração do Plano de Negócio e realizar a análise da viabilidade técnica e econômica do empreendimento.

Este trabalho tem como objetivo orientar a elaboração de um plano de negócios como uma ferramenta essencial antes do registro do empreendimento. A ideia foi verificar se a proposta representa uma verdadeira oportunidade de negócio que justifique o investimento na formalização, ajudando assim na tomada de decisão dos empreendedores.

Um plano de negócios bem estruturado é crucial para qualquer empresa, pois oferece uma visão clara e consistente sobre a direção que o negócio deve seguir. Isso reduz significativamente as chances de falência nos primeiros anos da operação.

O objetivo deste estudo é fornecer orientação na construção do plano de negócios e oferecer os elementos necessários para avaliar a viabilidade e o potencial sucesso do empreendimento de marcenaria criativa no município de Lajeado/RS. Segundo Viana (2022), muitas empresas encerram suas atividades devido a falta de planejamento inicial, bem como a problemas como a ausência de capital, dificuldades com profissionais e colaboradores, e conflitos entre sócios.

A pesquisa visa diretamente a empresa de marcenaria criativa de Lajeado/RS, destacando a importância da elaboração de um Plano de Negócios antes da abertura formal da empresa. Isso aumenta as chances de sucesso e pode servir como modelo para outros empreendedores da região que buscam criar seus próprios negócios e alcançar maiores chances de prosperidade.

De acordo com o Sebrae (2022), a criação de um plano de negócios é fundamental para evitar o fechamento precoce de uma empresa. Além disso, a pesquisa de Louise Rigoni Rodrigues e Wilson Rodrigues de Sousa Junior (2022) sobre a importância do plano

de negócios na abertura de uma oficina mecânica reforça a necessidade de uma boa preparação prévia para garantir a sustentabilidade e o sucesso do empreendimento.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo

Dolabela (2006), empreendedorismo e ideias de iniciativa e inovação, postura de vida, uma visão de mundo e um estilo de interação.

Empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade

Reynolds, Bygrave e Autio (2002, apud SANCHES, 2018) existem duas formas de empreender por necessidade, quando não têm outra alternativa de trabalho e precisam de dinheiro, e por oportunidade, ao identificarem um negócio promissor entre as opções disponíveis.

Planejamento

Dornelas (2012) o planejamento irá servir como orientação e para estabelecer diretrizes que visam atingir as metas, criando assim um sistema de controle que aumente a eficácia das atividades externas para o cumprimento desses objetivos.

Plano De Negócio

Segue o que alguns autores falam sobre o Plano de Negócio: Wildauer (2013) é um documento, Dolabela (2000) modo de aprovação de uma ideia, Bolson (2003) desempenho/estratégias/mercado/resultado financeiro, Sebrae (2022) forma de registro dos objetivos do negócio e modo que irá fazer como mostra a imagem 1.

Imagem 1. Para que serve o plano de negócio

Fonte: adaptado de Sebrae (2022)

Estrutura Do Plano De Negócio

Dornelas (2014) nos mostra como para ele seria um modelo de Plano de Negócio, apêndice 1.

METODOLOGIA

A pesquisa será de natureza descritiva para Gil (2017) a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, e podem também buscar identificar possíveis relações entre variáveis. Muitos estudos profissionais se enquadram nessa categoria de pesquisa, dado o seu amplo uso para investigar aspectos diversos.

Além disso, a pesquisa adotará uma abordagem qualitativa, envolvendo um estudo de caso que incluirá uma entrevista com o proprietário da empresa e uma observação. Segundo Minayo (2001), a pesquisa qualitativa permite explorar o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes das pessoas, oferecendo uma compreensão mais profunda das relações, processos e fenômenos que não podem ser completamente capturados apenas pela operacionalização de variáveis.

O Yin (2001, p.33) define o estudo de caso como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

A entrevista irá conter 12 perguntas e falará sobre o perfil do entrevistado conforme mostra o apêndice 2, ela será gravada e depois transcrita. A técnica de análise dos dados será por Análise de Conteúdo.

Por fim, a pesquisa será de natureza bibliográfica e de campo. A parte bibliográfica será realizada para adquirir conhecimentos teóricos relevantes por meio de estudos e análises pré-existentes. Para Lakatos e Marconi (2001, p. 183), a pesquisa bibliográfica:

> “[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...]”.

A pesquisa de campo envolverá um contato direto com a empresa, possibilitando uma coleta de dados direcionada e uma compreensão prática das dinâmicas e desafios enfrentados pela empresa Vitor Paludo Marcenaria Criativa de Lajeado/RS.

A empresa já está produzindo algumas peças como petisqueiras e tábuas de corte, já vendeu algumas e teve aprovação dos clientes com feedbacks positivos. Então o empreendedor pretende participar do mercado e se qualificar cada vez mais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente trabalho está na fase da pesquisa então não tem resultados ainda.

REFERÊNCIAS

BOLSON, E. L. **Tchau, Patrão!** São Paulo: SENAC, 2003.

DOLABELA, F. **Boa ideia! E agora?**: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. 30. ed. São Paulo : Editora de Cultura, 2006. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7601193/mod_resource/content/1/O%20Segredo%20de%20Lu%C3%ADsa-Fernando%20Dolabela.pdf. Acesso em: 15 abril de 2024.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014
GIL, A. C. **Como elaborar projetos de Pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
RODRIGUES, L. R.; SOUSA JUNIOR, W. R. de. Análise da importância do plano de negócio na abertura de uma empresa do segmento de oficina mecânica. Vitória: UniSales, 2023. Disponível em: https://unisales.br/wp-content/uploads/2023/06/analise-da-importancia-do-plano-de-negocio-na-abertura-de-uma.pdf. Acesso em: 10 Maio 2024.
SANCHES, V ,L. A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil. 2018. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/desenvolvimento-economico. Acesso em: 20 de Junho 2024.
SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. 2022. Disponível em https://sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em 24 de Março 2024.
SEBRAE. A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. 2023. Disponível em https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em 7 de Março 2024.
SEBRAE.Mas afinal, o que é empreendedorismo? 2023. Disponível em: https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo. Acesso em: 10 Junho 2024.
VIANA, F. S. A falta de planejamento é um dos vilões da mortalidade das empresas no Brasil. 2022 Disponível em: https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/a-falta-de-planejamento-e-um-dos-viloes-da-mortalidade-das-empresas-no-brasil. Acesso em: 15 de Junho 2024
WILDAUER, E. W. **Plano de negócios:** elementos constitutivos e processo de elaboração. Curitiba: InterSaberes, 2013.
YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE

Apêndice 1. Estrutura base para um plano de negócios.

Estrutura	**Descrição**
Capa	É uma das frações fundamentais do plano de negócios, pois é a primeira parte que captura a atenção do leitor. Deve, assim ser feita de forma conciso, contendo apenas informações essenciais e relevantes

Sumário	O sumário deve incluir o título de cada parte do plano de negócios juntamente com um resumo do conteúdo de cada uma delas. Isso facilita para o leitor encontrar rapidamente as informações de seu interesse.
Sumário Executivo	O sumário executivo desempenha um papel relevante no plano de negócios, pois determina se o leitor continuará a ler o documento, assim, ele deve ser elaborado com muito cuidado e revisado várias vezes, fornecendo assim um resumo das informações mais importantes do plano. Ele deve ser focado para o seu público-alvo específico do plano e explicar qual é o seu objetivo em relação ao leitor, como por exemplo a busca por financiamento junto a instituições financeiras, a apresentação da empresa a potenciais parceiros ou clientes, entre outros. O sumário executivo deve ser a última parte a ser elaborada, uma vez que depende do conteúdo de todas as outras seções.
Análise estratégica	Nesta parte são estabelecidos os direcionamentos da empresa, incluindo sua visão, missão, análise da situação atual, oportunidades e ameaças externas, pontos fortes e fracos, além de objetivos e metas de negócio. Essa parte serve como a base fundamental para o desenvolvimento e a implementação das demais estratégias descritas no plano.
Descrição da empresa	Nesta parte, é importante descrever a empresa, incluindo seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, razão social, aspectos fiscais, estrutura organizacional e jurídica, localização, parcerias, certificações de qualidade, além de serviços terceirizados e outros aspectos relevantes.
Produtos e serviços	Esta seção debate os produtos e serviços da empresa, definindo como são produzidos, os aspectos tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais stakeholders, a detenção de marca e/ou patente de produtos pela empresa, entre outros aspectos relevantes. Inclui-se nesta parte uma avaliação de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa. Esse *feedback* é crucial, pois não só reflete a percepção da qualidade dos produtos e serviços, mas também direciona futuros investimentos da empresa em novos desenvolvimentos e melhorias nos processos de produção.
Plano operacional	Nesta parte aborda a parte das estratégias planejadas pela empresa para o setor produtivo e os demais processos de produção, mostrando assim as estratégias nos parâmetros de avaliação da produção. Esta parte deve ter as informações operacionais que se usa no dia a dia, como *lead time* do produto ou serviço percentual de entregas dentro do prazo, rotatividade do inventário, taxa de refugo, *lead time* de desenvolvimento de novos produtos ou serviços, entre outros indicadores relevantes.
Plano de recursos humanos	Necessita ser descrito os planos de desenvolvimento e capacitação de dos funcionários da empresa, pois essas informações são importantes para o crescimento organizacional, especialmente em mercados onde a posse de tecnologia é um diferencial competitivo estratégico. É de suma importância mostrar as metas de treinamento relacionadas às operações diárias, assim como metas de treinamento estratégico de longo prazo, que não estão diretamente vinculadas às ações imediatas do plano operacional. Deve-se também mostrar o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, demonstrando os investimentos da empresa na formação contínua de seu pessoal.

Análise de mercado	Nesta parte do plano de negócio deve ser demonstrado que os donos da empresa possuem um profundo conhecimento do mercado consumidor de seus produtos ou serviços, fazendo pesquisas de mercado, como a segmentação do mercado, o crescimento projetado, as características e localização dos consumidores, a identificação de sazonalidades e as estratégias para lidar com elas, além da análise da concorrência, assim mostrando a participação de mercado da empresa e dos principais concorrentes.
Estratégia de marketing	Na elaboração da estratégia de marketing é essencial mostrar como a empresa planeja comercializar seus produtos ou serviços, conquistar e manter os seus stakeholders e aumentar a demanda. Abordando este modelo de venda, os diferenciais do produto ou serviço para os clientes, a política de preços, os principais clientes, os canais de distribuição e as estratégias de promoção, comunicação e publicidade. Também são importantes as projeções de vendas, fornecendo uma visão clara das metas comerciais e dos objetivos de crescimento da empresa.
Plano financeiro	Nesta parte financeira deve apresentar de forma quantitativa todas as estratégias planejadas pela empresa, baseada por projeções futuras que comprovam o sucesso do negócio. Mostra-se a necessidade de ter um demonstrativo de fluxo de caixa contendo pelo menos três anos um balanço patrimonial; uma análise de ponto de equilíbrio; requisitos de investimento; demonstrações de resultados; e indicadores financeiros, como previsões de faturamento, margens projetadas, tempo de retorno do investimento inicial (payback), e taxa interna de retorno (TIR), etc.
Anexos	Nos anexos devem ser incluídas informações adicionais consideradas importantes para uma visão completa do plano de negócios. Portanto, não há limitações em relação ao número de páginas ou requisitos a serem seguidos. A única informação importante que é necessário conter é o currículo dos sócios e dirigentes da empresa. Além disso, é possível anexar materiais como fotos de produtos, plantas da localização, resultados detalhados de pesquisas de mercado, materiais de divulgação como folders e catálogos, estatutos e contrato social da empresa, e planilhas financeiras detalhadas, entre outros documentos que contribuam para a clareza e robustez do plano de negócios.

Fonte: adaptado de Dornelas (2014)

Apêndice 2. Estrutura da entrevista.

TEMAS	AUTORES	QUESTÕES NO ROTEIRO DA ENTREVISTA
Perfil do entrevistado:		Nome:
		Idade:
		Escolaridade

Empreendedorismo:		Como você iniciou sua jornada empreendedora? Foi por oportunidade ou por necessidade, e como essa motivação inicial influenciou o desenvolvimento da sua empresa?
		Quais foram os principais aprendizados que você obteve ao elaborar seu primeiro plano de negócios? Como isso moldou suas decisões futuras?
	Dolabela (2006)	O empreendedorismo envolve iniciativa, inovação e visão de mundo. Como você interpreta esses elementos em sua própria jornada empreendedora?
	Hisrich e Peter (2004)	Qual é a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico?
	Sebrae (2023)	Empreender não se limita apenas a abrir negócios, mas também a contribuir para transformações sociais significativas. Como sua empresa busca impactar positivamente a sociedade?
O Papel do Plano de Negócios:	Dolabela (2000), Sebrae (2013) e Bernardi (2008)	Qual é a sua compreensão sobre o papel do plano de negócios no desenvolvimento e na operação de uma empresa?
	Dornelas (2014) e Sebrae (2024)	Como você descreveria a estrutura ideal de um plano de negócios? Quais são os elementos essenciais que não podem faltar?
		Quais são os desafios mais comuns ao elaborar e implementar um plano de negócios, e como você os superou em sua experiência?
Perspectivas Futuras e Recomendações:		Com base na sua experiência, que conselhos você daria a futuros empreendedores ao elaborar seus próprios planos de negócios?

Fonte: elaborada pela autora

PROJETO DE ANÁLISE DO PROCESSO SUCESSÓRIO EM EMPRESAS FAMILIARES NO VALE DO TAQUARI

Eixo de Pesquisa: Inovação e Empreendedorismo

Angélica Sabrina Christ[1], Rodrigo Luís Melz[2]

[1]) Estudante do curso superior de tecnologia em processos gerenciais no Instituto Federal Sul-rio-grandense, câmpus Lajeado/RS. angelicachrist@academico.ifsul.edu.br
[2] Professor do Instituto Federal Sul-rio-grandense, câmpus Lajeado/RS. rodrigomelz@ifsul.edu.br.

Palavras-Chave: Empresas familiares. Gestão familiar. Sucessão. Planejamento de sucessão.

INTRODUÇÃO

As empresas de gestão familiar possuem características distintas e enfrentam desafios complexos, especialmente no que se refere ao processo sucessório. É essencial que os gestores dessas empresas adotem novas técnicas e métodos e se preparem adequadamente para garantir a continuidade da organização ao longo das gerações.

Segundo Bernhoeft e Gallo (2003), no Brasil são poucas as empresas familiares que chegam à terceira geração, pois muitas acabam encerrando suas atividades na segunda, ou ainda acabam errando no processo sucessório da primeira para a segunda geração. No mesmo contexto, Oliveira (1999), destaca que a cada cem empresas familiares brasileiras, apenas 30% chegam à segunda geração e somente 5% chegam à terceira. Esse fator, na visão do autor, geralmente ocorre em questão de problemas de relacionamentos no ambiente de trabalho, mas principalmente na hora de realizar a sucessão familiar.

Esse modelo de negócio enfrenta uma série de desafios, com destaque para a sucessão. A gestão das empresas familiares é um assunto de grande importância para o futuro da economia do País. Um dos pontos centrais é o fato de que os futuros sucessores, responsáveis por tais empresas, devem estar capacitados para o êxito da gestão (Oliveira, 2006).

Assim sendo, a pesquisa sobre o planejamento do processo de sucessão empresarial familiar se torna relevante para estudo e análise, especialmente em contexto do Vale do Taquari que emerge de empresas familiares de grande importância, desempenhando um papel fundamental na economia da região, do Rio Grande do Sul e do País. Diante disso, este estudo propõe-se a analisar o seguinte problema de pesquisa: Qual a importância da estruturação de um plano de sucessão em empresas familiares sediadas no Vale do Taquari – RS.

Diante do exposto, este estudo busca analisar os planos de sucessão em empresas familiares no Vale do Taquari, a partir da busca dos seguintes objetivos específicos: Descrever os conceitos mais relevantes sobre a gestão e sucessão em empresas

familiares, identificar a existência de planejamento de sucessão em empresas familiares no Vale do Taquari e analisar e descrever planos e estratégias de sucessão familiar em empresas do Vale do Taquari.

METODOLOGIA

Para realizar o presente estudo, será abordado o problema de forma qualitativa, pois seu principal objetivo é analisar como as empresas de gestão familiar do Vale do Taquari planejam o processo de sucessão em seus negócios. Segundo Sampieri et al. (2006), a pesquisa qualitativa é utilizada para explicitar questões intrínsecas às questões da pesquisa, não fazendo uso de dados numéricos e estatísticos, tendo como principal objetivo interpretar as informações levantadas por meio das entrevistas realizadas. Sendo necessárias a interpretação dos fenômenos encontrados e a atribuição de significado a eles, que são elementos básicos conferidos a uma pesquisa qualitativa.

A pesquisa se inicia com uma abordagem bibliográfica sobre o tema, com a exploração de artigos e livros, com o intuito de obter maior conhecimento sobre o tema, servindo de base para a elaboração da análise. Conforme o autor Mattar (2001, p. 20), a pesquisa bibliográfica é “uma das formas mais rápidas e econômicas de amadurecer ou aprofundar um problema de pesquisa é através do conhecimento dos trabalhos já feitos por outros”.

Como técnica para a coleta de dados, se utilizará a observação, além de um roteiro de entrevista semiestruturada com 10 questões direcionada aos gestores das empresas de gestão familiar, as questões vão ser pautadas nos pontos fundamentais identificados através da pesquisa bibliográfica acerca da literatura sobre o tema.Como técnica para análise dos dados, se utilizará Análise de Conteúdo, que de acordo com o autor Chizzotti (2006, p. 98) “é uma técnica para ler e interpretar conteúdo de todos os documentos, com objetivo de compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Vale do Taquari é conhecido por sua economia diversificada e pela forte presença de empresas familiares. Essas empresas têm desempenhado um papel importante no desenvolvimento econômico da região, muitas vezes mantendo uma estrutura familiar que contribui para a estabilidade e o crescimento sustentável. O projeto de pesquisa já contém algumas percepções do campo, junto ao estudo bibliográfico, entretanto ainda vai para o campo captar e analisar percepções com empresas de gestão familiar selecionadas para uma maior análise.

As empresas familiares desempenham um papel importante no crescimento social e econômico global, correspondendo a aproximadamente 90% das empresas no Brasil, conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).As empresas de gestão familiar eram responsáveis por 65% do Produto Interno Bruto (PIB), e proporcionam cerca de 75% de oportunidades de trabalho para os trabalhadores brasileiros. Estes dados revelam a importância de entender como acontece a gestão familiar e o

processo de planejamento de sucessão em empreendimentos de gestão familiar, pois a gestão das empresas familiares é um assunto de grande importância para o futuro da economia do país. Em razão de que, os futuros sucessores responsáveis por tais organizações devem estar treinados e capacitados para o êxito da gestão (Oliveira, 2006).

Para Adachi (2006), a sucessão familiar é um processo complexo, que abrange diversos fatores, não envolvendo somente a empresa, mas as relações familiares, questões emocionais, inseguranças, entre tantos outros problemas e dúvidas em relação à empresa. Muitas vezes, os gestores adiam a sucessão por associá-la à morte de um familiar, ao invés de enxergá-la como um planejamento estratégico para a continuidade da empresa.

Segundo o autor Leone (2005), muitos empresários do Brasil não planejam a sucessão, desprezando a realidade de sua gestão não ser eterna. Essa falta de planejamento pode acabar gerando conflitos familiares, que ficam ocultos até o momento da transição. O autor destaca a importância da sucessão, sendo crucial para a sobrevivência da empresa, ressaltando que a mesma deve ser iniciada com antecedência para evitar conflitos e proteger tanto a empresa quanto a família.

O planejamento possui um importante papel nas empresas familiares. Esse conceito é uma prática administrativa usada por todos os modelos de empresas que visam estabelecer situações futuras desejadas e os meios para alcançá-las. Sendo uma ferramenta de elevada importância para a gestão familiar, pois, uma abordagem interativa com os gestores parentes deve ser bem planejada e clara, viabilizando boas interações, já que os conflitos normalmente são maiores do que em empresas profissionalizadas (Oliveira, 2006).

Para Lodi (1993), os principais desafios das empresas familiares são os conflitos de interesse entre a família e a empresa, a falta de gestão adequada dos recursos, ausência de planejamento financeiro, resistência à modernização, favoritismo sobre competência, e contratações ou promoções baseadas em laços familiares. Esses desafios podem comprometer a solidez da empresa, gerando atritos e problemas financeiros.

O estudo já obteve algumas percepções referentes ao estudo bibliográfico e de campo, que analisou que a implementação de um plano de sucessão familiar bem estruturado é crucial para garantir a continuidade e o sucesso dos negócios familiares. O planejamento e a execução eficazes do processo de sucessão familiar são fundamentais, a implementação de práticas recomendadas e a preparação adequada podem ajudar a superar desafios e garantir uma transição harmoniosa. Este estudo vai oferecer insights importantes para os negócios familiares e sugere áreas para desenvolvimento futuro, visando aprimorar o entendimento e a prática do processo de sucessão.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa busca verificar e analisar como os atuais gestores das empresas de gestão familiar do Vale do Taquari planejam a sucessão de seus negócios. Através de percepções do estudo bibliográfico e uma análise inicial do campo de pesquisa, verificou-se que, a maioria das gestões familiares possuem um planejamento, porém, este ainda é informal e não documentado, evidenciando que o planejamento é algo adiado e não muito discutido nas organização, podendo criar um clima de incerteza

e até uma preparação inadequada do sucessor. Em casos mais extremos, uma sucessão mal conduzida pode ocasionar, até mesmo, o encerramento das atividades da empresa. Desta forma, essa pesquisa busca contribuir para as empresas de gestão familiar, demonstrando a importância da estruturação do processo de sucessão formal, para assim obter êxito na continuidade das gestões futuras.

REFERÊNCIAS

ADACHI, Pedro Podboi. **Família S.A**: gestão de empresa familiar e solução de conflitos. São Paulo: Atlas, 2006.

BERNHOEFT, Renato; GALLO, Miguel. **Governança na Empresa Familiar: gestão, poder, sucessão**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

LEONE, N. M. C. P. G. **Sucessão na empresa familiar: preparando as mudanças para garantir sobrevivência no mercado globalizado**. São Paulo: Altas, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Empresa familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Empresa Familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório**. São Paulo: Atlas, 1999.

SAMPIERI, Roberto Hernández, COLLADO, Carlos Fernandez, LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**: 3° Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2006.

LODI, João Bosco. **A empresa familiar**. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.

ESTUDO DE CASO: GESTÃO, PLANEJAMENTO, MARKETING E POSICIONAMENTO DE MERCADO DA EMPRESA CACTO AZUL

Eixo de Pesquisa: Associativismo e Sustentabilidade

Magali Weiand[1], Rodrigo Melz[2]

[1] Pesquisadora,Tecnóloga em Processos Gerenciais pelo Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia Sul-rio-grandense IIFSul, Campus Lajeado/RS. E-mail: magaliweiand@gmail.com.
[2] Mestrado em Administração. Área de concentração: Estudos Organizacionais, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professor no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – IFSul Câmpus Lajeado/RS. E-mail: rodrigomelz@ifsul.edu.br.

Palavras-Chave: Sustentabilidade, *Upcycling*, Empreendedorismo

INTRODUÇÃO

Com a facilidade de criar uma loja virtual e a possibilidade de alcançar um grande número de consumidores, muitas pessoas estão optando por abrir seus próprios negócios *on-line*. No entanto, para ter sucesso nesse mercado tão competitivo é fundamental que o empreendedor tenha um planejamento bem estruturado, alinhado aos processos de gestão e marketing. Este artigo objetivou relatar como o planejamento, posicionamento de mercado, estratégias de gestão e marketing utilizadas por uma empresa de confecção de acessórios com produção artesanal colaboraram para o desenvolvimento de um *e-commerce*. A pesquisa trata-se de um estudo de caso da Cacto Azul, organização que investiu no *upcycling* (*,* técnica que consiste na reutilização/reaproveitamento de materiais que seriam descartados, possivelmente de forma inadequada). Através das coletas de dados e análises realizadas, constatou-se que a empresa estudada utiliza ferramentas de planejamento, gestão e marketing desde a concepção do seu negócio. Tal utilização a diferencia da maior parte dos pequenos negócios que se iniciam sem fazer uso dessas ferramentas.

METODOLOGIA

O estudo, quanto a sua classificação é um estudo de caso, que segundo Medeiros, (2019. p. 71), “objetiva demonstrar que os resultados da pesquisa possam ser “generalizados” para situações semelhantes”. Tem seu embasamento teórico em pesquisa bibliográfica, que assim como citado por Gil (2017, p. 34), “é elaborada com base em material já publicado”. Quando considerados seus propósitos gerais, o estudo classifica-se como uma pesquisa explicativa, que conforme (Gil, 2017, p. 33), “têm como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de

fenômenos", e visa descrever as características, bem como o conhecimento específico da área de gestão utilizadas no empreendimento. A pesquisa também se classifica como qualitativa, pois visa entender e descrever as estratégias desenvolvidas pela empresa estudada. Sobre este aspecto Medeiros (2019, p. 58) cita que "(...) o conhecimento não se reduz a um inventário de dados isolados explicados por meio de uma teoria".

Considerando os procedimentos empregados na coleta de dados, o método de observação foi utilizado no desenvolvimento da pesquisa. Muitas das considerações deste estudo baseiam-se nas técnicas de posicionamento e marketing das redes sociais da Cacto Azul. Neste sentido, Severino, (2016, p.134), afirma que observação "é todo procedimento que permite acesso aos fenômenos estudados". A coleta de dados também foi feita através de duas entrevistas com a empreendedora Duani, realizadas com perguntas enviadas por um arquivo compartilhado em documento armazenado em nuvem, e também com troca de mensagens via aplicativo *Whatsapp*. Severino (2016, p. 133) também cita que, a entrevista constitui-se de "uma coleta de informações, sobre determinado assunto, diretamente solicitadas aos sujeitos pesquisados", sendo uma interação entre pesquisador e pesquisado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

EMPREENDEDORISMO, UPCYCLING E O SURGIMENTO DA CACTO AZUL

O *start* da ideia inovadora se deu após os empreendedores optarem pela reutilização de uma calça jeans. Eles tinham consciência de que o descarte inadequado da peça seria prejudicial ao meio ambiente. Após uma pesquisa feita na internet, surgiu a ideia de transformar a calça em uma mochila, peça que fez sucesso entre seus familiares e amigos, assim, dando origem a produção de peças utilizando como matéria-prima calças jeans que não eram mais usadas. Desta forma, iniciou-se a oportunidade de empreender no ramo de *upcycling,* técnica que consiste na reutilização/reaproveitamento de materiais que seriam descartados (possivelmente de forma inadequada), criando novos itens, com funções diferentes de suas características originais.

possível verificar que alguns dos aspectos relevantes para o empreendedorismo, foram relevantes para o casal no momento que entraram no mercado empreendedor: o desejo pessoal, pelo anseio de ter liberdade financeira e serem donos de seu tempo; e também a oportunidade, que surgiu a partir da reutilização de uma calça jeans, que deu origem a uma mochila, fato este que é descrito com o *upcycling* (reutilização de algo, que será usado como matéria prima, dando origem à um novo produto, diferente do produto inicial). Através deste processo de *upcycling*, surgiu a Cacto Azul.

JORNADA DO PLANEJAMENTO E GESTÃO NA CACTO AZUL

A empresa Cacto Azul desde o início de suas operações contou com uma estrutura de planejamento, o que colaborou para a gestão eficiente do negócio. O planejamento da empresa é estruturado com a estipulação de metas e de planejamento para alcançar seus objetivos. Os empreendedores, além de já terem conhecimento básico de gestão antes do início do empreendimento, estão sempre em busca de ampliar as habilidades necessárias para gerir a empresa.

Para o planejamento de estratégias da empresa, os empreendedores utilizam a ferramenta 5W2H, onde podem verificar quais as decisões que devem ser tomadas, as ações que serão implementadas e a estipulação de prazos para o cumprimento das ações ou metas a serem finalizadas. A ferramenta também possibilita mensurar os custos ou viabilidade financeira para a finalização de cada etapa. Desta forma, fica evidenciado que a organização, planejamento e gestão são fundamentais, até para negócios que surgem a partir de pequenas oportunidades. Vale salientar que nem todos os empreendedores do mercado de produtos artesanais têm disponibilidade de tempo e financeira para adquirir tais conhecimentos.

MARKETING E AS FERRAMENTAS PARA VENDAS NA CACTO AZUL

Por se tratar de um empreendimento que não conta com espaço físico para vendas, a Cacto Azul utiliza o *marketing* digital como sua estratégia para divulgação e venda de seus produtos. Neste sentido, a empresa usa o *branding* para impulsionar suas vendas e tornar a marca conhecida. Através da observação feita nas redes sociais da empresa, para a pesquisa deste estudo, foram identificados fatores que se tornam importantes no processo de *marketing* da empresa: demonstração do processo produtivo, onde fica evidente que o produto é artesanal e cada peça é única; os empreendedores compartilham nas redes sociais da empresa o processo de escolha da matéria prima e a compra de insumos para a confecção; a separação dos produtos vendidos e o processo de embalagem, que é feito em uma caixa de papelão personalizada, de material reciclável. Juntamente com o produto é feito o envio de um mimo e um cartão escrito à mão com o nome de cada cliente. Estes fatores proporcionam uma sensação única aos clientes, pois demonstram interesse e carinho dos empreendedores, e demonstra a preocupação com seu público-alvo e a forma com a qual se dirige às pessoas, construindo relacionamentos.

Para atrair novos consumidores, a empresa usa a estratégia de antecipação de conteúdo, onde alguns dias antes do lançamento, antecipa alguns detalhes de peças novas (*spoiler*), causando curiosidade e expectativa. Quando as peças novas são lançadas, a marca faz um trabalho muito forte para ressaltar a exclusividade de cada peça, e também a escassez, por serem poucas unidades. Fator este que desperta o desejo de compra e acelera o processo de decisão.Ainda levando-se em consideração o processo de exclusividade, a marca também aplica as sugestões recebidas por clientes, o que possibilita fazer melhorias nos produtos. Este fato também é levado em consideração para o design e criação de novos produtos. A marca sempre se preocupa em solucionar as demandas dos clientes.

CONCLUSÕES

Através deste estudo, se buscou evidenciar que as estratégias de marketing digital, como a criação de um site atrativo, a produção de conteúdo relevante e a utilização de redes sociais para interagir com o público-alvo, são de grande importância para o desenvolvimento da empresa.

No estudo feito com a empresa Cacto Azul, fica evidente que os fatores de estratégias de planejamento, posicionamento e marketing, são de grande importância para

o crescimento da empresa, que teve seu início em 2019, e mesmo enfrentando o período da pandemia, teve crescimento e possibilitou aos empreendedores obterem sua independência financeira.

O estudo proporcionou à pesquisadora uma compreensão mais aprofundada dos conceitos de empreendedorismo, de planejamento, gestão e marketing, com o propósito de poder gerir de forma eficiente meu próprio negócio. No âmbito da gestão, o estudo pode ser utilizado para demonstrar a outros empreendedores a importância do planejamento e da gestão alinhadas ao marketing, e como estes aspectos influenciam diretamente no crescimento da empresa. Para futuros estudos similares, que abrangem os aspectos de planejamento, gestão e marketing, pode se considerar que sejam feitos os levantamentos em mais empresas, com a finalidade de estabelecer um comparativo mais amplo.

REFERÊNCIAS

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**:tecnologia para a humanidade. 1.ed. Rio de Janeiro, Sextane. 2021.

SEVERINO, **Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico**. 24 ed. rev. e atual. São Paulo: Corte, 2016.

PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Casal deixa carreira para investir em *e-commerce* de acessórios feitos com calças jeans usadas.** Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Um-So-Planeta/noticia/2021/12/casal-deixa-carreira-para-investir-em-e-commerce-de-acessorios-feitos-com-calcas-jeans-usadas.html. Aceso em 4 out. 2024.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Ao%20analisar%20a%20sobreviv%C3%AAncia%20por,(com%2026%2C6%25). Aceso em 4 out. 2024.

SITE CACTO AZUL. Disponível em: https://cactoazul.com.br/nossa-historia/. Acesso em: 4 out. 2024.

STEDILE, Duani. **Entrevista sobre o planejamento, gestão e marketing da empresa Cacto Azul**. 28 de julho de 2023. Entrevistador: WEIAND, Magali. Rio do Sul/SC. Apêndice A.

X SEMINÁRIO DE EMPREENDEDORISMO E ASSOCIATIVISMO

Inovação & Sustentabilidade

INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense

Câmpus
Lajeado