



MOTIVOS INTERVENIENTES NO FOMENTO À CRIAÇÃO DE NOVOS EMPREENDIMENTOS: UM ESTUDO DE CASO COM MICROEMPREENDEDORES DAS CIDADES DE CAPARAÓ E CARANGOLA-MG

**Cristorramos Felix Pinto¹, Gabriela Moura Lourenço²,
Elisângela Freitas da Silva³**

¹Graduando em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, Pós-graduando em Empreendedorismo, Marketing e Finanças pela Faculdade em Venda Nova do Imigrante (FAVENI), E-mail: cfp.cristofer@gmail.com

²Graduanda em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, E-mail: gabilourenco2016@gmail.com

³Mestre em Administração pela Fundação Pedro Leopoldo (FPL), Coordenadora e Professora no Curso de Administração, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG/Carangola), E-mail: elis_freitass@hotmail.com

Resumo: O termo tem sido a solução para muitas pessoas que sofrem com o desemprego. Outros, entram nesse mercado por detectarem ter potencial de transformar ideias em negócios lucrativos. Assim sendo, é relevante considerar as ramificações para o empreendedorismo onde duas características são observadas: o empreendedorismo de oportunidade, em que se desenvolve um produto ou serviço após averiguar uma oportunidade no mercado; e empreendedorismo de necessidade, onde as pessoas decidem investir em uma empresa por não encontrarem alternativas para trabalhar no mercado formal. Partindo desse pressuposto, este trabalho tem como objetivo averiguar o comportamento dos microempreendedores no mercado de trabalho e suas motivações para abrir o próprio negócio. Para reunir os dados para análise, foi utilizado como metodologia uma pesquisa quantitativa, estruturada por um questionário que foi respondido por alguns microempreendedores das cidades de Caparaó e de Carangola, no interior de Minas Gerais. A relevância em explorar esses dois campos é poder mesclar resultados de áreas diferentes com a justificativa de conseguir descobrir as motivações em comum que os levaram a empreender. Os resultados apontaram para a necessidade de se obter mais renda financeira e que foi válido abrir o próprio negócio, pois empreender proporciona possibilidade de crescimento profissional e pessoal.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Oportunidade; Necessidade; Motivações.

Área do Conhecimento: EIXO 6 – Ciências Sociais Aplicadas

1 INTRODUÇÃO

Em cenários de crise, falar em empreendedorismo é cada vez mais comum e, de modo geral, os índices de desemprego levam as pessoas a buscarem novas formas para a obtenção de renda, incluindo a criação de novos negócios e o recurso à atividade empreendedora.

Levando em consideração importantes ramificações para o empreendedorismo, duas características são observadas quando investigada: o empreendedorismo de oportunidade, em que se desenvolve um produto ou serviço após averiguar uma demanda na sociedade; e empreendedorismo de necessidade, onde as pessoas decidem investir em uma empresa por não encontrarem alternativas para trabalhar no mercado formal, e então abrem empresas como MEIs — Microempreendedor Individual — para oferecer serviços ou produtos.

Franco e Gouvêa (2016), por sua vez, buscaram identificar como o conceito sobre o empreendedorismo vem sendo utilizado ao longo dos anos. De acordo com os autores, as tentativas em definir conceitualmente a figura do indivíduo empreendedor existem há muito tempo e trouxeram contribuições importantes para a sociedade ao longo dos anos. Assim, os autores definem empreendedorismo como a criação de novos negócios e um conjunto de práticas para garantir a geração de riqueza e um melhor funcionamento àquelas sociedades que o apoiam e o praticam e que, para seu entendimento, alguns aspectos como as organizações e o ambiente devem ser levados em consideração, o que contribui para se afirmar que o processo empreendedor não pode ser visto como unidimensional.

O propósito deste trabalho é averiguar o porquê das pessoas estarem optando por se tornarem empresários ao invés de continuarem acomodados no seu emprego formal, traçando mecanismos que possa ter mais rentabilidade. O campo de pesquisa foi composto pela participação de micro e pequenas empresas do município de Caparaó e Carangola – MG, com o intuito de buscar compreender o porquê de entrar no ramo do empreendedorismo.

Para tanto, buscar-se-á conhecer os fatores que influenciaram as tomadas de decisões; averiguar a relação entre o empreender por oportunidade e o empreender por necessidade; e analisar as características que potencializaram a criação de novos empreendimentos.

Foi utilizado o método de questionário para a realização de uma pesquisa descritiva a fim de obter resultados de caráter quantitativo, que permite ter uma análise precisa e direta. O estudo apresentou os fatores pelos quais houve a transição de empregado para empregador.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

No Brasil a arte do empreendedorismo existe há mais tempo do que muitos pensam. No século XVII era considerado empreendedor aquele que realizava grandes projetos, como o Barão de Mauá, que teve variados projetos comerciais, desde a primeira ferrovia brasileira até os engenhos de açúcar. Existiram outros como ele que deixaram suas marcas ao longo do tempo, mas foi nos anos 90 que o empreendedorismo se expandiu, período esse caracterizado pela pós-ditadura, capitalismo e, conseqüentemente, pelo crescimento econômico. Nessa época era empreendedor aquele que começava pequeno e tornava-se grande. O cenário ficou atrativo aos estrangeiros e houve uma crise de imigração para o Brasil, provocando grande competitividade, fechamento de empresas e resultando em desemprego. Nessa situação, aqueles que eram pequenos e sem trabalho, viram-se na dura realidade de ter que começar o seu próprio negócio e fazer dar certo para continuar sobrevivendo.

O empreendedor é um profissional que na maioria das vezes nunca imaginou que seria dono do seu próprio negócio, enxergando um futuro melhor. Muitas vezes o indivíduo que reúne as características necessárias para empreender não se dá conta que as possui até o momento que estas são colocadas à prova como melhor, ou única, opção de conseguir uma renda financeira que seja capaz de suprir suas necessidades.

Ao iniciar uma empresa, o empreendedor deve se respaldar de informações burocráticas e financeiras com o apoio daqueles que são capazes de oferecer auxílio e orientações assertivas nos momentos necessários e também prepará-lo para assumir alguns riscos. Investir com chances de ter um bom retorno requer um minucioso planejamento estratégico. Não basta apenas ser criativo, ter força de vontade e até mesmo dispor de um capital para investimento. De acordo com uma pesquisa feita pelo Sebrae Nacional (2013), mais de 23% das empresas fecham as portas após dois anos de abertura e um dos motivos mais comuns é a falta de planejamento.

O crescimento do empreendedorismo no mercado de trabalho, demonstra que nos últimos anos os colaboradores não estão satisfeitos com seus empregos por falta de motivação, remuneração, qualidade de vida e crescimento profissional, e vem buscando uma oportunidade para empreender visando projetos ambiciosos para o seu futuro, aumentando a vontade e a necessidade de abrir seu próprio negócio.

O empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão (DOLABELA, 1999, p. 43).

Segundo Souza (2004, p.4) amplificar as características de um empreendedor é preciso “capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento [...]” e que criem espaço diferenciado no mercado com ideias para se destacar com fins lucrativos e realização pessoal, sendo uma pessoa criativa com capacidade de colocar em prática aquilo que planejar.

São inovadores que criam espaço diferenciado no mercado com ideias para se destacar com fins lucrativos e realização pessoal. Mas não basta apenas incentivo financeiro e pessoal. O mercado hoje é dominado por aqueles que oferecem soluções para os mais diversos problemas existentes na sociedade.

O que se destaca é que no final da década de 90 disseminou-se o interesse sobre assunto no Brasil, a taxa de desemprego aumentou gradativamente e o interesse sobre abrir o próprio negócio ganhou um novo espaço com a finalidade de criar sua própria oportunidade.

[...] são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2001, p. 21).

Empreender é correr risco, mas também é conquistar o próprio espaço com perspectiva em busca de crescimento profissional e realização pessoal e não se conformar em estar numa zona de conforto. Dornelas (2002) afirma que empreender é um conjunto de atributos: planejar, organizar, dirigir e controlar. Segundo o autor, nem todos que possuem seu próprio negócio podem ser considerados um empreendedor, pois quando se tem um negócio a se investir é indispensável buscar todo o potencial em objetivo ao que se propõe, tanto para realizá-lo quanto para mantê-lo de pé, e para isso, não basta saber criar um negócio, é preciso saber administrá-lo bem.

“O empreendedor não precisa ser inventor ou mentor de algo novo, necessariamente, mas sim ter um novo olhar que inova a forma de realizar processos” (MARTE, 2010, p. 262). Arriscar em algo não quer dizer que é somente criar algo novo, mas sim ter um olhar diferente de algo que já existe, portanto hoje o empreendedor aprimora uma ideia ou projeto que já existe e nela descarrega toda a sua criatividade para poder obter sucesso.

2.2 Perfil e características empreendedoras

Cada pessoa tem um perfil e características diferentes, porém aquelas que são empreendedoras dispõem de atributos em comum como a capacidade de planejar, onde é trabalhado os objetivos e metas com base em estratégia e análise de mercado para captar as oportunidades e se prepararem para confrontar as possíveis ameaças. Somadas essas duas últimas atitudes há mais duas de examinar internamente a empresa e verificar quais os pontos fortes e fracos que ela tem, obtém-se aí nada mais do que a análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats) também conhecida como FOFA, sigla em português que significa, respectivamente, forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Utilizando-se corretamente dessa matriz e tendo-a como uma forte aliada nas tomadas de decisões, as chances de acertos crescem muito, e esse é apenas o primeiro passo para o sucesso.

Ser empreendedor é dispor da capacidade de convencer as pessoas a comprarem sua ideia, acreditar e defender que seu negócio é viável e por isso vale a pena investir nele. Uma pessoa engajada em realizar seus projetos se mantém persistente e autoconfiante mesmo se algumas portas lhe forem fechadas.

Segundo Marte (2010, p.262), para superar todas as adversidades, o empreendedor precisa possuir liderança para praticar a inovação, pois não conseguira realizar isto sozinho. Nessa tomada de decisão onde pessoas são selecionadas para compor uma equipe de trabalho, é necessário fazer a melhor escolha e saber liderar os novos integrantes. Em alguns empreendedores a característica de liderança é inata e isso os favorece muito no desempenho da tarefa, porém aqueles que não as possuem, minam uma série de atitudes características de chefe, que não são benéficas para a saúde da companhia. Um chefe não conquista respeito, ele exige, e por isso não o recebe; exerce comportamento autocrático; toma atitudes baseadas unicamente no seu ponto de vista; não sabe trabalhar em equipe e não enxerga que precisa dos seus colaboradores para crescer. Estes, desmotivados, não vestem a camisa da empresa e não contribuem tanto quanto poderiam para o crescimento da empresa. O líder, por sua vez, não só trabalha em conjunto como também consegue extrair o melhor que cada um tem para dar. Alguns chefes podem aprender a liderar com sabedoria, mas é de suma importância que esse tempo não seja tardio.

Um empreendedor assume riscos calculados e possui iniciativa. É ousado para inovar e colocar em prática aquilo que muitas vezes outra pessoa já pensou, mas não teve coragem de realizar por não acreditar no potencial da ideia. Em momentos de crise não tomam atitudes precipitadas e entende que o mercado tem oscilações e existe o momento certo de arriscar.

Um bom empreendedor sabe aplicar os recursos que tem com inteligência, no lugar e no tempo certo. Aqueles que buscam criar um planejamento e o seguem, terão uma melhor estrutura

para realizar cada etapa. Uma das principais etapas é saber definir o público alvo e desenvolver estratégias que possam atrair esses potenciais clientes, e estar atento ao fato de que os consumidores atuais são mais informatizados e por isso também são mais exigentes.

Tendo em vista que o empreendedorismo tem muito a contribuir para o mundo, muitos dos pesquisadores analisam personalidade, habilidades e atitudes, buscando meios que estimulam a inovar (SENHORINI, GREATTI, 2000 P.31). Percebeu-se que fatores psicológicos e sociológicos, além de atividades específicas, são características dos empreendedores e que os mesmos são influenciados por fatores ambientais, econômicos e sociais que favorecem ou dificultam a ação empreendedora.

Oliveira (2006, p.509) diz que o empreendedor tem a necessidade de aprender, ter desenvolvimento pessoal, colocar em prova suas habilidades no ambiente de trabalho e ter reconhecimento externo.

2.3 Oportunidades *versus* necessidades no mercado de trabalho empreendedor

Empreendedores por oportunidade buscam iniciar um novo negócio mesmo já possuindo renda como funcionário através do vínculo trabalhista. São pessoas com perfil empreendedor congênito e podem ter ou não uma formação acadêmica de nível superior; buscam inovar o mercado de trabalho; aplicar estratégias; desenvolver projetos; engajar na nova carreira; e, provavelmente, conquistar independência profissional. Os empreendedores são “pessoas que aproveitavam oportunidades com a perspectiva de obter lucros, assumindo os riscos inerentes” (CANTILLON *apud* FILION, 1999, p. 7). De acordo com a visão desse autor, o empreendedor espera aparecer uma oportunidade para transformá-la em lucro.

Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal. Por ser a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa, e por receber o empreendedor com todas as suas características pessoais, a atividade empreendedora faz com que trabalho e prazer andem juntos. Talvez seja muito difícil encontrar um empreendedor que queira se aposentar ou que espere ansiosamente pelo fim de semana para se desvencilhar do trabalho. Não é raro encontrar empreendedores que tiram poucas férias (DOLABELA, 2008, p. 24-25).

O empreendedor que está atento às necessidades do consumidor, é capaz de enxergar a ausência de determinado serviço ou produto, e tem potencial para criar soluções correspondentes e aplicá-las em uma determinada região. São tão ousados que alguns decidem abandonar seus empregos e apostam tudo para investir em uma determinada ideia e colocá-la em prática.

O crescimento econômico sustentável é consequência do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo, em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é responsável pela inovação tecnológica e crescimento econômico (DOLABELA, 2008).

Naturalmente ele tem uma sensibilidade para captar oportunidades que sejam rentáveis financeiramente e aplica suas habilidades para conquistar sua posição no mercado competitivo. Sua satisfação está em planejar e executar um projeto a partir de seus conhecimentos e capacidade de liderar algo novo. O lucro é quase que apenas uma consequência quando o prazer de trabalhar se une a eficácia de realizar algo. Antes de abrir algum negócio fazem uma pesquisa de mercado para analisar e avaliar o que a sociedade procura no comércio, ou seja, entendem quais são os problemas que existem e qual a melhor forma de resolvê-los.

Empreendedor por necessidade é aquele que tem dificuldade em recolocar-se no mercado como colaborador. Empreender nessas condições é consequência do desemprego e da diminuição da renda familiar. Com essas dificuldades e a necessidade de sobreviver, essas pessoas optam em abrir um novo negócio. O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), foi criado para dar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos comuns que querem abrir o próprio negócio. Fornece assessoria e dá suporte aos brasileiros na difícil tarefa de empreender no Brasil.

A partir do surgimento do órgão SEBRAE o termo empreendedor se popularizou e alcançou todas as classes da população. O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio (DORNELAS, 2001, p.38).

O empreendedor conta com o suporte do SEBRAE na intenção de melhorar o conhecimento e o desenvolvimento das entidades, visto que, é um órgão que auxilia Micro e Pequenas Empresas, garantindo um instrumento de melhoria do negócio.

2 METODOLOGIA

A aplicação do questionário ocorreu no mês de maio do ano de 2019 nas cidades de Caparaó e de Carangola do estado de Minas Gerais, estruturado com perguntas de múltipla escolha direcionadas para pequenos empreendedores

O questionário foi elaborado em formato exploratório para avaliar o desempenho dos entrevistados sobre sua escolha de se tornar um microempreendedor, com abordagem quantitativa. Foi selecionada uma amostragem com estudo de caso múltiplo de pequenos empresários que iniciaram sua carreira empreendedora recentemente; envolve muitos empreendedores de diversas áreas de atuação que trazem respostas objetivas para concluir com êxito uma pesquisa de qualidade e com dados atuais.

As entrevistas foram realizadas via *online* (e-mail/internet) através do Google Docs., e os entrevistados foram selecionados de forma esporádica para obter um tempo de retorno eficaz. Essa opção de pesquisa possibilita um melhor rendimento comparado a uma entrevista presencial, por motivo da falta de tempo ocioso, além de facilitar a análise dos dados que são refletidos em gráficos de forma clara e precisa.

O formulário de pesquisa aplicado contém doze questões objetivas e foi elaborado com o intuito de pesquisar os motivos intervenientes que levam ao surgimento de novos empreendedores, os dados coletados foram utilizados para entender melhor os fatores favoráveis e não favoráveis que levam ao crescimento dos empresários de pequeno porte.

O propósito dos questionamentos é coletar dados para administrar as informações da forma mais eficiente possível com a finalidade de desenvolver uma pesquisa congruente e mostrar o porquê os indivíduos estão optando em se tornar empreendedor, se por motivos de crescimento profissional, pessoal, financeiro ou por falta de oportunidade de emprego no mercado.

O fato das perguntas serem de caráter objetivo promove uma ordenação concreta de resultados, revelando de forma minuciosa o que é buscado com a pesquisa de campo: identificar os motivos que tem feito aumentar gradativamente o número de micro e pequenas empresas.

Com o intuito de buscar conhecer os motivos que levam uma pessoa a empreender, foram exploradas algumas empresas do município de Caparaó e de Carangola, ambas de Minas Gerais, totalizando 40 entrevistas. A mescla desses resultados trouxe uma visão ampla dos motivos em geral que permeiam as diferentes cidades levando a um objetivo comum que é empreender. Foi aplicado um questionário de perfil exploratório composto por 12 perguntas objetivas. O mesmo se encontra exposto na última sessão deste trabalho, no apêndice A.

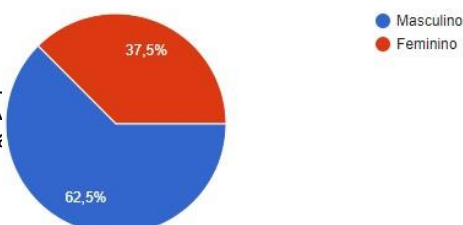
4 ESTUDO DE CASO

4.1 RESULTADO E DISCUSSÕES SOBRE O ESTUDO DE CASO

Foi utilizado o mecanismo de formulário virtual do site Google, que possibilitou maior precisão sobre a pesquisa e amplo alcance de respostas. De 12 perguntas apenas uma não foi respondida por todos os participantes. Não obteve-se um material integral para análise devido a uma questão não ter sido respondida por todos os participantes, porém isso não afetou o objetivo da pesquisa e não influenciou nos resultados pretendidos. Estes estão representados por meio de gráficos logo a seguir. A primeira questão, que mostra a participação do homem e da mulher no mercado empreendedor

GRÁFICO 1: Gênero

V Seminário Científico do UNIFA
IV Jornada de Iniciação Científica

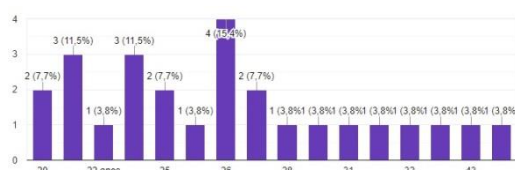


Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Quase 40% das mulheres estão à frente de um negócio, e o mais importante, do próprio negócio. Destaque importante, pois na época da I e II Guerra Mundial elas já trabalhavam assumindo os negócios da família enquanto seus cônjuges iam para as batalhas. É uma notável conquista estar à frente ainda hoje, porém de forma independente.

A segunda questão ficou em aberto para que os participantes colocassem sua idade e está refletida no gráfico 2.

GRÁFICO 2: Idade



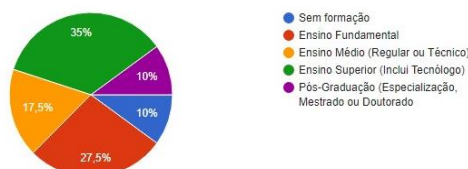
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Apenas 65% das empresas deram a informação requisitada, porém é possível observar no material coletado que a maioria dos que participaram se encontram na faixa etária entre 20 e 26 anos. Uma pesquisa publicada na ASN - Agência Sebrae de Notícias (2019), mostra que um grupo de empresários de 24 anos já tinha o pensamento de empreender antes de completar a maior idade. Dessa forma, fica evidente como o interesse por construir o próprio negócio tem alcançado as pessoas já na sua juventude.

O gráfico 3 reproduz a terceira questão, que traz a informação sobre a formação acadêmica do empreendedor.

GRÁFICO 3: Formação

Formação acadêmica:



Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Com 100% de participação dos entrevistados, vê-se que apenas 10% começaram o negócio sem formação alguma e, talvez ironicamente, com o mesmo percentual, apenas alguns tem pós-graduação. Isso mostra que independente de ter diplomas ou não, é possível empreender e criar o próprio negócio. Apesar disso, a maioria tem formação acadêmica de nível superior e isso pode refletir em um maior preparo técnico para assumir o projeto.

O gráfico 4 simboliza a quarta questão, que traz a informação sobre os motivos que levaram essas pessoas a empreender.

GRÁFICO 4: Motivação

O que te motivou a ser empreendedor?



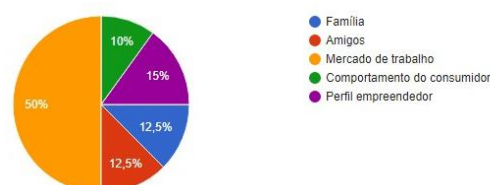
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Motivação é um impulsionador interno; um conjunto de motivos intrínsecos. Percebe-se que a maioria dos empresários buscava aumentar sua renda pessoal ao iniciar seu negócio, ou seja, 22 pessoas das 40 entrevistadas viam maior lucratividade em trabalhar para si mesmo do que para terceiros e foram motivados pela necessidade e/ou desejo de aumentar seu capital financeiro.

O gráfico 5 caracteriza a quinta questão, que informa as influências que impulsionaram a decisão de empreender.

GRÁFICO 5: Influência

Influência importante para sua tomada de decisão em abrir seu negócio?



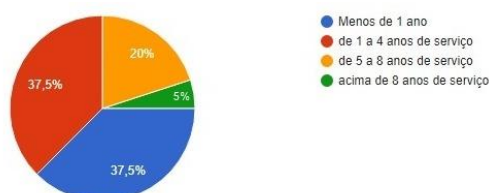
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Influência é uma inspiração externa. Nota-se que metade das pessoas foram fortemente influenciadas pelo mercado de trabalho, ou seja, juntamente com a motivação averiguada na questão anterior, pode-se perceber que o mercado está propício a receber novos empreendedores e que é válido arriscar entrar no mundo dos negócios para obter maior renda. Em contrapartida, apenas 10% foi influenciado pelo comportamento dos consumidores, que hoje é um ponto crucial a ser estudado para quem pretende empreender, pois eles estão cada dia mais informatizados e exigentes.

O gráfico 6 descreve a sexta questão, que traz informações sobre os antecedentes de tempo de atuação dos empresários.

GRÁFICO 6: Vínculo trabalhista

Já trabalhou em alguma empresa antes de se tornar empreendedor? Qual o período de tempo?



Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Nessa análise pode-se ressaltar dois extremos: O primeiro é o percentual de 37,5% representado pela cor azul na legenda, que mostra que 15 pessoas nem chegaram a trabalhar durante um ano inteiro antes de se tornar empreendedor, e na outra extremidade tem-se que 5% (duas pessoas) demoraram muito mais tempo para se tornar seu próprio chefe, permanecendo como funcionário por mais de oito anos. Sem dúvida os momentos para empreender são únicos e para cada indivíduo tem o momento certo de arriscar. Às vezes o mercado está propício para receber vários empreendedores, mas nem todos eles estão preparados para encarar o mercado.

O gráfico 7 configura a sétima questão, que tem como intuito captar o preparo técnico antes do empreendimento.

GRÁFICO 7: Planejamento

Você fez um plano de negócios para analisar a viabilidade do seu empreendimento? Buscou alguma consultoria?



Fonte: Autores da pesquisa (2019)

A maioria entrou no mercado de trabalho com planejamento prévio sobre como colocar em prática seu projeto. Alguns foram além e buscaram consultores da área para ser auxiliado, e outros, mesmo tendo planejado, não sabiam como executá-lo com segurança. Somando os percentuais de quem não planejou, obtém-se o resultado de que 40% não se preparou como deveria e ao comparar com o resultado da questão número 3, onde 35% tem formação de ensino superior ou tecnólogo, é válido levantar a possibilidade de que nem todos que tem formação acadêmica de nível superior se atenta a planejar antes de executar.

O gráfico 8 corresponde a oitava questão, que mostra o quanto foi investido pelos empresários.

GRÁFICO 8: Investimento

Qual foi o valor de investimento para iniciar o seu empreendimento?



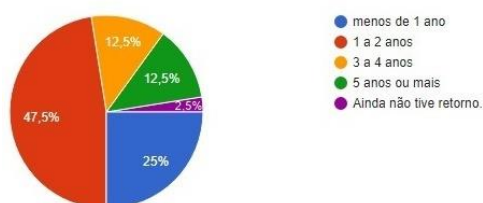
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Verifica-se que uma grande parte dos empresários conseguiu montar seu negócio com um investimento abaixo de R\$5.000,00 (cinco mil reais), enquanto apenas 10% investiu acima de R\$20.000,00 (vinte mil reais). A diferença é nítida, porém cada negócio demanda custos e despesas diferentes. Também pode-se pensar que cada um agiu conforme a disponibilidade de recursos que tinha.

O gráfico 9 equivale a nona questão, que revela o resultado do investimento através do tempo de retorno.

GRÁFICO 9: Retorno

Quanto tempo foi necessário para obter o retorno do investimento feito?



Fonte: Autores da pesquisa (2019)

Dos participantes da pesquisa, mais de 95% já conseguiram recuperar seu investimento e apenas 2,5% ainda não obteve retorno. No período de um a dois anos, 47,5% das empresas já conseguiram ter resultados positivos. Se comparado com a questão anterior, é possível notar que a maioria investiu num valor inferior a cinco mil reais, o que provoca uma expectativa de retorno mais rápido do que aqueles que investiram mais. Mas além disso, outras variáveis devem ser consideradas como o ramo de negócios, estratégias utilizadas e planejamento exequível.

A décima questão é espelhada pelo gráfico 10 e mostra quantos desses empresários aconselharia seus amigos a abrirem seu próprio negócio.

GRÁFICO 10: Opinião sobre empreender

Você, como empreendedor, indicaria para um amigo investir em alguma área ou produto, levando em consideração a atual economia brasileira?



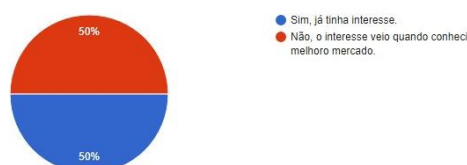
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

A indicação foi positiva por parte de 87,5%, tendo duas diferentes justificativas: uma é a indicação para aqueles que têm visão de negócios, ou seja, é um empreendedor nato e têm características que vão auxiliar no sucesso, e outra é a necessidade de conseguir uma renda, pois se não há oportunidade de ser empregado por terceiros, o ideal é começar o próprio negócio. Alguns iniciam essa jornada empresarial por necessidade e obtêm resultados satisfatórios, outros são fadados ao fracasso, mas ainda com a existência dessa fatalidade, a maioria indica como melhor opção ter o próprio negócio e trabalhar para si mesmo.

A questão de número 11 é traduzida pelo gráfico 11, que captou o interesse prévio dos participantes para empreender.

GRÁFICO 11: Interesse

Você, quando entrou no mercado de trabalho, tinha interesse em se tornar um empreendedor?



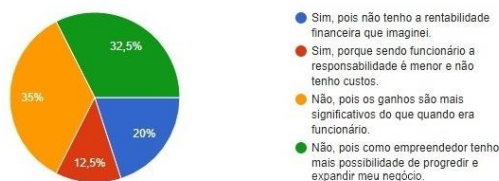
Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Das 40 pessoas entrevistadas, 20 já tinham interesse em se tornar empreendedor e os outros 20 só passaram a ter esse interesse depois de conhecer o mercado. Algumas experiências despertam características que ainda não tinham vindo à tona. O conhecimento sobre o mercado pode abrir as portas para um novo empreendimento, mesmo que não seja essa a intenção inicial, e despertar aqueles que tem o perfil empreendedor para o mundo dos negócios.

O gráfico 12 descreve a última questão, a de número 12, que busca finalizar a entrevista captando a pretensão de abandonar o negócio construído até o momento.

GRÁFICO 12: Perspectiva atual

Hoje, sendo um empreendedor, você cogitaria encerrar o seu negócio e voltar a trabalhar como funcionário de uma empresa?



Fonte: Autores da pesquisa (2019).

Mais da metade dos empresários não cogitam encerrar o negócio para voltar a ser funcionário de outra empresa, porém ainda existe a minoria que não obteve o resultado esperado e considera muito grande a responsabilidade de liderar um empreendimento. Aqueles que tem a intenção de permanecer no mercado como um empreendedor, acreditam ser lucrativo estar nesse ramo e vêem possibilidade de expansão no crescimento profissional e pessoal.

5 CONCLUSÃO

Ao analisar todo o acervo literário apresentado juntamente com a agregação de conteúdo prático obtido através de pesquisa, reuniu-se várias características que constroem um cenário propício para empreender. Em síntese, foi observado que ambos os gêneros, masculino e feminino, têm tido oportunidade de investir na área empresarial. Para alguns esse desafio começa cedo, pois atualmente muitos jovens buscam sua independência no empreendedorismo. Foi observado que ter uma formação acadêmica elevada não é fator determinante para capacitar alguém a executar uma ideia comercial, e que tampouco é certo que aqueles que a possui, têm a prudência de montar um planejamento. Grande parte dos empresários tiveram como motivo o objetivo de adquirir maior renda, mas também foram influenciados pelo mercado, amigos, família e comportamento dos consumidores.

Os recursos financeiros aplicados como investimento são variáveis importantes que encontra aplicabilidade de forma diferente para projetos diferentes e consequentemente, também varia seu tempo de retorno. Logicamente, cada trabalhador com sua experiência profissional e pessoal constrói sua forma de empreender e o mercado está repleto dos mais variados perfis, seja administrando produtos ou prestação de serviços.

Fica direcionado que não há apenas um motivo para idealizar algo e colocá-lo em prática, mas sim um conjunto de fatores intervenientes que formam o objetivo comum de empreender. É destacado também a importância de ter um perfil empreendedor adequado, mas apesar de ser algo valioso, não é o suficiente para garantir êxito no negócio. Sugere-se não contar apenas com a intuição e perspectiva, mas buscar sempre construir um planejamento estratégico sólido com apoio daqueles que tem expertise no assunto, assim as chances de sucesso tomam maior proporção.

REFERÊNCIAS

BENNETT, S. J. (1992) **Ecoempreendedor: oportunidades de negócios decorrentes da revolução ambiental**. São Paulo: Markron Books.

BRITTO, F; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CANTILLON, R. **Essay sur la nature du commerce en general**. London: Fetcher Gyler, 1755.

CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do pequeno empreendedor: Uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. UFSC, 2001.

CONTEZINI, Diego B. **Asaas: Conheça a história do empreendedorismo no Brasil**. Disponível em <<https://blog.asaas.com/conheca-a-historia-do-empreendedorismo-no-brasil/>>. Acesso em 26 ago. 2019.

CURY, Antonio. **Organização e métodos: uma visão holística** / Antonio Cury. – 8. ed. SP: Atlas, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser Empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. RJ: Elsevier, 2005

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008
Empreendedorismo: **transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, RAUSP. São Paulo.

FILION, L. J. **Análise de questionários para a avaliação de perfil empreendedor**. Anais 1º ENEMPRES UFSC, 2001.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. **A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 2016

GARCIA, L. F. **Conduta ou personalidade de um empreendedor**. Empreendedor. São Paulo, n. 169, p. 76, nov. 2008.

GERBER, M. E. **Empreender fazendo a diferença**. São Paulo: Fundamento educacional, 2004.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. **Empreendedorismo** - Uma visão comportamentalista. Maringá: Anais do I EGEPE, 2000.

GRECO, S. M. S. S. et al. **Empreendedorismo no Brasil**: 2008. Curitiba: IBQP, 2009. (GEM – Global EntrepreneurshipMonitor).

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.

MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. Rev. Econ. Polit. [online]. 2010, vol.30, n.2, pp. 254-270.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003. MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. O processo da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PASSOS, C. A. K. et al. **Empreendedorismo no Brasil**: 2007. Curitiba: IBQP, 2008.

REDAÇÃO. **Agência Sebrae de Notícias**: Empreender é desejo da maioria dos jovens. Disponível em <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/perfil-do-jovem-empreendedor-brasileiro,2ded471583858610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 02 set. 2019.

RUPPENTHAL, CIMADON (2012) **O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade**. Santa Maria, RS.

SEBRAE. **Estudo de mercado:** Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=26>>. Acesso em 02 set. 2019.

SOUZA, C. A. et al. **Tutoria na Educação a Distância.** 2004.