



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “Ministro Ralph Biasi”
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial**

Marisa Gonzaga Ferro

**O ALTO ÍNDICE DE FALÊNCIA DOS PEQUENOS E MICROS EMPREENDEDORES NO
ESTADO DE SÃO PAULO, O QUE ESTÁ FALTANDO PARA O SUCESSO?**

A Gestão empresarial em pequenas empresas

Americana, SP

2022



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “Ministro Ralph Biasi”
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial**

Marisa Gonzaga Ferro

**O ALTO ÍNDICE DE FALÊNCIA DOS PEQUENOS E MICROS EMPREENDEDORES NO
ESTADO DE SÃO PAULO, O QUE ESTÁ FALTANDO PARA O SUCESSO?**

A Gestão empresarial em pequenas empresas

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, sob a orientação do (a) Prof.^(a) Ms Sérgio Luiz Cabrini.

Área de concentração: GESTÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Americana, S. P.

2022

- O alto índice de falência dos pequenos e micros empreendedores no estado de São Paulo, o que está faltando para o sucesso?
- Trabalho acadêmico: Monografia
- Nome do (a) orientador (a): Sergio Luis Cabrini
- 2022
- Quantidade total de páginas: 45
- A Gestão empresarial em pequenas empresas
- Ferro, Marisa Gonzaga

**O ALTO ÍNDICE DE FALÊNCIA DOS PEQUENOS E MICROS EMPREENDEDORES NO
ESTADO DE SÃO PAULO, O QUE ESTÁ FALTANDO PARA O SUCESSO?
A Gestão empresarial em pequenas empresas**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: GESTÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.

Americana, 1 de dezembro de 2022

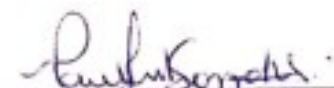
Banca Examinadora:



Sérgio Luiz Cabrini (Presidente)
Mestre
Fatec Americana



Carlos Henrique Rodrigues Sarro
Mestre
Fatec Americana



Paula da Fonte Sanches
Mestre
Fatec Americana

DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho a minha família,
pelo amor, carinho e incentivo que
sempre me dedicaram.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que tem me abençoado e capacitado em minha vida; a minha família por todo carinho e apoio que sempre me dedicaram e pelo incentivo aos meus estudos e formação acadêmica.

Ao meu orientador Professor O Professor e Mestre Sérgio Luiz Cabrini pelos ensinamentos, pela dedicação e empenho na orientação deste trabalho.

Aos professores e membros do corpo técnico administrativo da Faculdade de Tecnologia em Americana “Ministro Ralph Biasi” pelos ensinamentos, pela convivência e pelos bons momentos vividos durante minha graduação.

Expresso meus sinceros agradecimentos à Império Conservação Patrimonial Ltda., pelo oferecimento de estágio que proporcionou meu aprendizado e aprimoramento profissional e acadêmico.

EPÍGRAFE

“É ótimo celebrar o sucesso, mas mais importante ainda é assimilar as lições trazidas pelos erros que cometemos.” (Bill Gates).

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar o cenário atual das Micros e pequenas empresas no Estado de São Paulo. Qual a relevância deste setor para a economia Estadual e por que não dizer nacional, visto que o Estado de São Paulo é considerado a máquina motora da nação. Quais são as razões que levam esse setor não atingir a maioria no mercado financeiro, vindo à falência em seus primeiros cinco anos de vida, trazendo consequências econômicas, social para o Estado. As pesquisas realizadas nas agências governamentais e de fomento empreendedor (IBGE e SEBRAE) trouxeram os dados e análises quantitativas deste cenário. Os resultados alcançados indicam que a falta de estratégia, gestão administrativa, plano de negócios, mostraram quão importante a necessidade de orientar as políticas públicas, a formação técnica profissionalizante e as agências de fomento para formulação de suas estratégias no sentido do desenvolvimento de competências administrativas como um todo para continuidade deste setor produtivo e fortalecimento da economia nacional continuada, trazendo desenvolvimento social.

Palavras-chave: Empreendedorismo; gestão de pequenas empresas, falência.

ABSTRACT

The goal of this work is to show the present scenario of Micro and small companies in the state of São Paulo. As well as the relevancy of this sector to the state economy and why not to say this is national instead, considering that the state of São Paulo is the “greatest machine” in the country. What are the reasons that won’t let this sector reach the majority of the financial market, coming to breakdown it’s very 5 first years of life, bringing economics, social consequences to the state. The researches done by the governmental agencies like IBGE and SEBRAE brought data and analysis about this scenario. The results on those researches says that there is lack of strategy, management, business plan and also it has shown that how important is to guide publics politics, schools with extra classes focused on day to day work development and also agencies that will guide people through that process to better support them, so with that they will have competent labor, and in the end with if we strengthen the national economy It will bring a better social development.

Keywords: *Entrepreneurship; small business management bankruptcy*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Áreas que mais possuem desafios, a serem enfrentados relacionados a administração da empresa	36
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Taxa mundial de potenciais empreendedores.....	23
Tabela 2: Percentual de empreendedores e empregos gerados.....	24
Tabela 3: Empregados por porte de estabelecimento.....	25
Tabela 4: Características sociodemográfica.....	28
Tabela 5. Gestão profissionalizada e não profissionalizada.....	32
Tabela 6: Tipos de inovação.....	33

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- BRICS - Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul
- B2B – Business to Business – do português De empresa para empresa
- B2C - Business to Consumer – do português De empresa para consumidor
- CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
- COMPI - Conselho Superior da Micro, Pequena e Média Indústria
- CRM - Customer Relationship Management
- DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
- EPP's - Empresas de Pequeno Porte
- ERP - Enterprise Resource Planing
- EUA – Estados Unidos da América
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor
- HBE - *Harvard Business Essentials*
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
- KPI's - Key Performance Indicator, em português Indicador-Chave de Desempenho
- ME's - Microempresas
- MGEs Médias e Grandes Empresas
- MPE's - Micro e Pequenas Empresas
- OECD - *Organization for Economic Co-Operation and Development*
- PIB - Produto Interno Bruto
- SEADE - Sistema Estadual de Análise de Dados
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SN – Simples Nacional
- TEA - Taxa de Empreendedorismo Inicial

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estabelecimentos e empregados formais da indústria de transformação do Estado de São Paulo.....	24
Gráfico 2: Nascimento e morte.....	30
Gráfico 3: Falta de incentivo a capacitação.....	37
Gráfico 4: Falta de conhecimento quanto as Instituições de ensino e pesquisa.....	37

Sumário

INTRODUÇÃO	15
METODOLOGIA	17
1. REVISÃO LITERÁRIA	18
1.1. CONCEITUANDO AS DIMENSÕES EMPRESARIAIS	18
1.3 MECANISMOS DE GERAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS:	22
INCUBADORAS	22
ACELERADORAS	22
COWORKINGS	22
LIVING LABS	22
2. POSICIONAMENTO DAS MPE'S NO ESTADO DE SÃO PAULO NA ECONOMIA ESTADUAL ...	23
3. GESTÃO INOVADORA	31
3.1. O CONHECIMENTO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA O CRESCIMENTO EMPRESARIAL	31
4. SEGMENTO TECNOLÓGICO	37
5. PRODUTO/SERVIÇO “MAIS OU MENOS”	39
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERENCIAS	44

INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo corresponde à mudança na configuração das empresas e do mercado de trabalho, o qual expandiu e obteve destaque no período pós-guerra, pois grandes empresas tiveram suas atividades prejudicadas e portas fechadas. Assim a mão de obra operária passou a vender seus próprios produtos como donos de seus negócios.

No entanto, no Brasil demorou alguns anos para aumentar significativamente o empreendedorismo. As Médias e Pequenas Empresas (MPE's) em nosso país iniciaram atividades na década de 80, motivadas pela diminuição do ritmo da economia, e foram reconhecidas oficialmente através da Lei n.º 7.256 de 27 de novembro de 1984, com o primeiro estatuto da microempresa.

E em algumas décadas aconteceu o crescimento do número de empresas abertas, desse segmento. O mercado começou a se abrir e aquecer, de tal forma que e os cidadãos viam as oportunidades e logo se interessavam em empreender.

Segundo dados estatísticos do IBGE de 2012, 50,9% deste crescimento foram de empresas de pequeno porte, sendo que 80,5% estavam concentradas na faixa de até 20 anos.

Por isso se faz necessário entender a importância do empreendedorismo em nosso país. Os donos se auto empregam e empregam mais pessoas, e essas MPE's são instrumentos essenciais para reduzir problemas como a questão da desigualdade social. Estas possibilitam geração de renda e são responsáveis por viabilizarem o crescimento das taxas de oportunidades de emprego.

Como Afif Domingos, presidente do SEBRAE, diz:

Os pequenos negócios são força motriz da economia brasileira. Eles são os que mais contratam quando a economia cresce, na desaceleração da economia demoram mais para demitir e são os que menos demitem na retração da economia (SEBRAE, 2017, on line).

Desta forma é necessário afirmar que esses pequenos empreendimentos precisam de apoio governamental, gerencial e financeiro. Para assim manter o foco em crescimento econômico contínuo, de forma sustentável evitando o alto índice de falência e desempregos.

METODOLOGIA

Pelo fato de que nos últimos tempos as Micro e Pequenas Empresas (MPE's) estão sendo responsáveis por dar um novo panorama ao sistema econômico, então o presente estudo busca analisar como este segmento oferece mudanças as estruturas econômicas no Estado de São Paulo. Tornando-se um segmento cada vez mais interessante para pesquisadores como as entidades privadas que promovem a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos microempreendedores, estudiosos, economistas e governantes, além de novos empreendedores que investem cada vez mais no ramo. Dessa maneira, utilizando o método exploratório/explicativo, de natureza quantitativa e fundamentando o estudo em pesquisas bibliográficas e análises documentais, será apresentado este tema relevante aqui abordado.

O Objetivo principal do estudo caracteriza-se pela investigação do por que do alto índice de falência das MPE's nos primeiros cinco anos de abertura, sendo que o tal categoria ultrapassa as Médias e Grandes Empresas (MGE's) em setores fundamentais para o desenvolvimento estadual e até nacional.

Em uma revisão literária, mesmo não disponibilizando grande acervo de estudo para este assunto, os materiais de estudo disponíveis, apresentam uma análise qualitativa de dados oficiais sobre os resultados administrativos das organizações e

quanto eles representam financeiramente sobre o cenário econômico no Estado de São Paulo.

1. REVISÃO LITERÁRIA

1.1. Conceituando as dimensões empresariais

Segundo o GEM - Global Entrepreneurship Monitor - empreendedorismo é:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

Segundo Marcelo (2015) as MPE's foram instituídas no Brasil na década de 1980 motivado pela diminuição do ritmo da economia, e foram oficialmente reconhecidas através da Lei n.º 7.256, de 27 de novembro de 1984, com o primeiro estatuto da microempresa.

Dado que o estudo aqui proposto trata-se das MPE's, visando simplificar a análise a respeito do tema, as MPE's são classificadas pela Lei Complementar (LC) n°123, de 14 de dezembro de 2006, atualizada pela LC n°155, de 27 de outubro de 2016, onde, utiliza o faturamento como critério definidor do porte, afirma que são consideradas microempresas (ME's) aquelas que apuraram receita bruta menor ou igual a R\$ 360 mil, e são consideradas empresas de pequeno porte (EPP's) as que obtiveram receita de venda no mercado interno maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 3,6 milhões. Atualmente esse valor, de acordo com BNDES – Banco Brasileiro de Desenvolvimento alterou para Pequena Empresa onde a apuração passou para maior que R \$360 mil e menor ou igual a R \$4,8 milhões.

As MPE's nascem conforme seus idealizadores que têm suas características peculiares, onde segundo a visão de Dornelas (2005), as características dos empreendedores, são apresentadas da seguinte forma:

1. **Visionários:** é aquele com idéias visionárias, incomuns a frente do seu tempo.
2. **Bons tomadores de decisão:** são os de tomada de decisões imediatas. Os níveis de confiança nas tomadas de decisão esta baseado na quantidade de informação sobre a decisão a ser tomada, são extremamente empenhados em seus empreendimentos e assumem riscos e desafios.
3. **Bons exploradores das oportunidades:** determinados e dinâmicos, de caráter que os leva a empreender algo por conta própria, ânimo pronto e energético para conceber e executar antes que outros, construindo bons relacionamentos possibilitando aos funcionários boa comunicação. Criam valores para a competitividade da empresa.
4. **Bons planejadores:** consiste no ato de criar e conceber antecipadamente uma ação, desenvolvendo estratégias programadas para atingir determinado objetivo. (Dornelas,(2005).

E existem os principais tipos de empreendimento, conforme citados e explicados abaixo:

1. **Informal:** Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver não têm previsões para o futuro e correm riscos relativamente baixos.

2. **Cooperativismo:** Este caracteristicamente, o investimento é através de cooperativas onde o trabalho em equipe é essencial, a missão é crescer até tornar-se independente, porém inicialmente tem poucos recursos e conseqüentemente um baixo risco. (cooperativas rurais, incubadoras).
3. **Franquia:** O franqueado normalmente procura uma renda mensal média com retorno do investimento, o franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca (cosméticos, alimentos, roupas e acessórios).
4. **Social:** A essência desse tipo de empreendimento é mudar o mundo incentivando a sociedade a fazer o mesmo. Nesse tipo o trabalho em equipe é primordial (saúde e meio ambiente).
5. **Público:** os que existem especificamente e diretamente para atender o governo com produtos e serviços.
6. **Do conhecimento:** Os que detêm profundo conhecimento em determinada área para assessorar e/ou representar competitivamente uma instituição desportiva.

Com os tópicos acima citados, e a definição do que é gestão empresarial, podemos compreender melhor o ambiente em que estamos adentrando.

Considerando a definição de gestão empresarial no core da palavra de origem, do latim gere, podemos compreender que a terminologia gerir implica em ter gerência sobre administrar, dirigir, gerenciar, governar, regular (MICHAELIS, 1998, p. 1029). Também do latim gestione que expressa o “ato de gerir, administração, direção” (MICHAELIS, 1998, P. 1031) para determinado tipo de organização, podendo ser para administração de projetos, direção de pessoas, gerenciamento de recursos, governabilidade.

Gestão empresarial é embasada em processos que precisam ser tratados de maneira abrangente, estender-se para além dos limites da empresa, e precisa ser flexível suficientemente para submergir nas constantes transformações nas demandas da clientela e da equipe laboral.

E estes processos citados acima são, em sua maior parte do tempo, decisórios a cada prioridade que se apresentam e alteram as bases de conhecimento da empresa, especialmente no âmbito contábil e financeiro provocando bons resultados se assim forem observados e ajustados com sensibilidade ao mercado. Sendo assim, neste contexto as organizações têm a missão de se adaptarem a um eficiente sistema de gestão empresarial em constante mudança e melhorias.

Por isso, Mankiw, N. Gregory (2013) nos ensina sobre tradeoff. Em economia, tradeoff é um termo que define uma situação de escolha conflitante, isto é, quando uma ação econômica que visa à resolução de determinado problema acarreta, inevitavelmente, outros. Por exemplo, em determinadas circunstâncias, a redução da taxa de desemprego apenas poderá ser obtida com o aumento da taxa de inflação, o que resultará em um tradeoff entre inflação e desemprego.

Como as pessoas enfrentam tradeoffs, a tomada de decisões exige comparar os custos e os benefícios de possibilidades alternativas para agirem. Em muitos casos, contudo, o custo de uma ação não é tão claro quanto pode parecer à primeira vista.

Uma economia de mercado recompensa as pessoas conforme a capacidade delas de produzir coisas pelas quais outras pessoas estejam dispostas a pagar.

A implantação de indicadores de mensuração estratégica, conhecidos como KPI's, auxilia na medição da eficácia da estratégia empresarial.

E como facilitadora, a tecnologia disponibiliza sistemas de software que gerenciam dados, para mensurar resultados, apontar os KPI's, e apresentam um melhor controle demonstrando os resultados por gráficos, conhecidos como dashboards, permitindo ter tanto uma visão ampla quanto detalhada da real condição da eficácia da organização.

No entanto, não adianta ter somente softwares e tecnologia, se não souber enfrentar e superar desafios na luta pela sobrevivência. Pois essa depende também da capacidade das empresas em criar e vislumbrar vantagens competitivas. Um empreendimento deve ser inovador e capaz de gerar uma gama de oportunidades, que os mantenha por longo prazo.

E por essa necessidade acima citada em gestão de pequenos negócios, novos mecanismos de geração de empreendimentos estão sendo desenvolvidos com o objetivo de orientar a gestão desses pequenos negócios desde a sua criação, manutenção e crescimento, até que tenha condições gerenciais e financeiras para se auto sustentar.

Sendo assim, os ambientes de inovação são divididos em Áreas de inovação ou Ecossistemas de Geração e Mecanismos de Geração de Empreendimentos.

1.2 Áreas de inovação ou Ecossistemas de Geração:

- Parques Científicos e Tecnológicos
- Cidades Inteligentes
- Clusters
- Distritos de Inovação
- Comunidades de Inovação

1.3 Mecanismos de Geração de Empreendimentos:

- Incubadoras de empresas
- Aceleradoras
- Coworkings
- Living labs

Incubadoras

Esse mecanismo de incubadoras é interessante e surgiu em 1959 no estado de Nova Iorque (EUA), com o fechamento de uma das fábricas da Massey Ferguson, deixando um expressivo número de nova-iorquinos desempregados. O comprador das instalações da fábrica Joseph Mancuso, sublocou o espaço para pequenas empresas iniciantes, que compartilhavam equipamentos e serviços como secretaria, contabilidade, vendas, marketing e outros, tornando os custos operacionais reduzidos e aumentando a competitividade. O prédio passou a ser designado como “incubadora” devido a uma das primeiras empresas instaladas na área terem sido um aviário.

Aceleradoras

Instituições que oferecem um programa modificado de crescimento desenhado para startups já razoavelmente maduros e prontos para receber investimento e levarem seus produtos ao mercado.

Coworkings

Ambientes compartilhados emergem como uma inovação, onde o compartilhamento de espaço físico e conhecimento se faz presente em um papel fundamental da gestão de ativos intangíveis bem como a infraestrutura tecnológica.

Living Labs

Um laboratório vivo é um ecossistema de inovação aberta, que muitas vezes opera em um contexto territorial (por ex.: cidade ou região), que integra concorrentemente processos de pesquisa, dentro de uma parceria pública privada.

2. Posicionamento das MPE's no Estado de São Paulo na economia estadual

Segundo SEBRAE SP, em seu e-book de 2014, os pequenos negócios constituem-se na esmagadora maioria das empresas no Brasil (99%), respondem por 20% do Produto Interno Bruto (PIB), 52% dos empregos formais e 40% da massa salarial. Além disso, o brasileiro tem DNA empreendedor (43,5% sonham em ter um negócio próprio) e uma determinação férrea em ter sucesso. Entretanto, toda esta magnitude ainda não encontra correspondência com a competitividade dos pequenos negócios: 58% não conseguem completar cinco anos de atividades e apenas 2,9% são consideradas de alto crescimento.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE-SP), apresentou os resultados da Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) do estado de São Paulo no ano de 2017, onde mostra que se o Estado de São Paulo fosse um país ocuparia a 11ª colocação no ranking de 26 países (além dele próprio) cujo nível e características da atividade econômica os classificam no grupo dos países “impulsionados pela eficiência”

Em conformidade com a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹, no estado de São Paulo, a taxa de desocupação da força de trabalho passou de 12,4% em 2016 para 13,4% em 2017.

Tabela 1: Taxa mundial de potenciais empreendedores

Países	Taxa de potenciais empreendedores %
São Paulo	10,7
Brasil	18,7
África do Sul	15,2
Alemanha	8,9
China	20
Estados Unidos	19
Índia	14,1
México	18,8

Fonte: GEM 2017

Estabelecimentos e Empregados formais da Indústria de transformação por porte em 2017 em São Paulo.

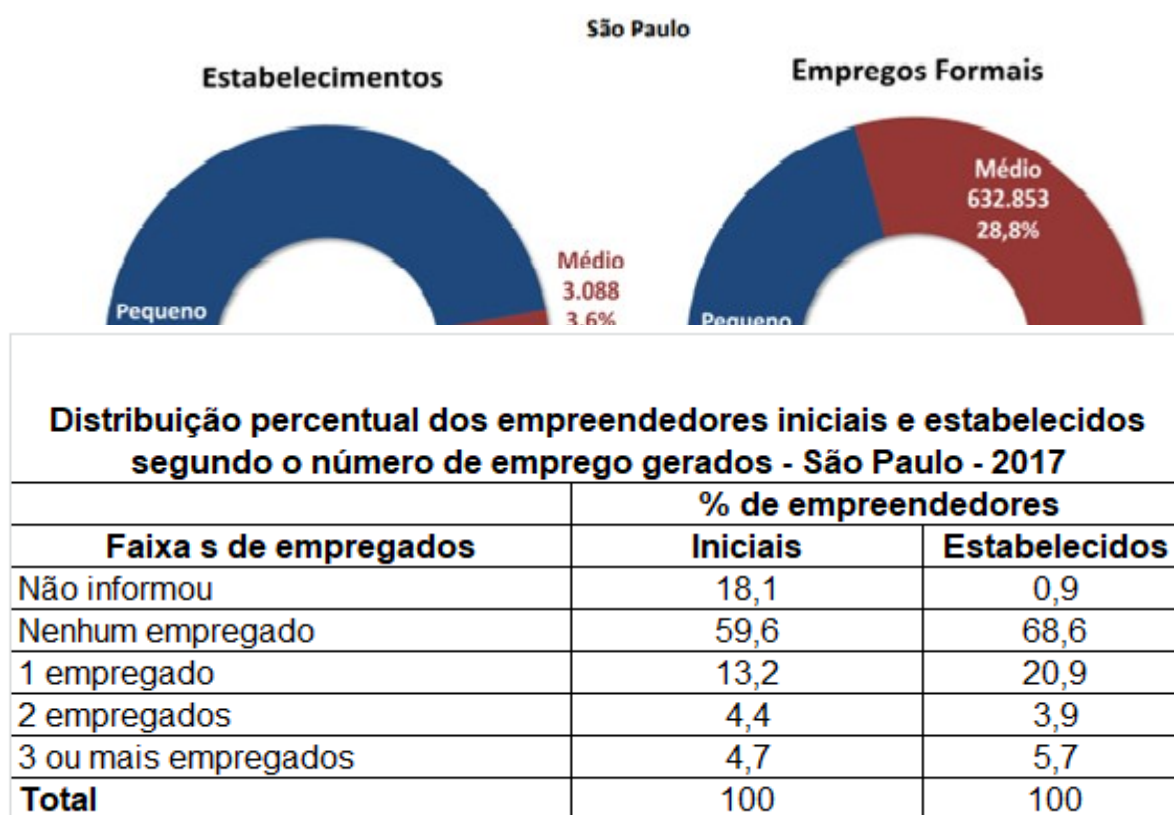


Gráfico 1. Estabelecimentos e empregados formais da indústria de transformação do Estado de São Paulo – RAIZ - MTE

Tabela 2. Percentual de empreendedores e empregos gerados

Em 2017, a taxa de potenciais empreendedores em São Paulo foi de 10,7%, em números absolutos estimados estes potenciais empreendedores representam mais de três milhões de paulistas que têm no empreendedorismo uma perspectiva real para sua ocupação e geração de renda.

Embora esse contingente seja ainda considerável, comparando com o ano anterior esse índice apresentou uma redução de mais de seis pontos percentuais, indicando uma retração no ímpeto para empreender em São Paulo. Esse fenômeno ocorreu no Brasil como um todo em uma intensidade ainda maior, com a taxa de potenciais empreendedores caindo de 28,1% para 18,7%.

Empregados por estabelecimentos		Pequeno Porte	Mèdio Porte	Grande Porte
Brasil	20,4	320.652 (96,9%)	8.383 (2,5%)	1.766 (0,5%)
São Paulo	25,3	83.227 (95,8%)	3.88 (3,6%)	595 (0,7%)

Tabela 3. Empregados por porte de estabelecimento – Fonte: RAIZ MTE

O estado de São Paulo, caso fosse um país, ocuparia a 11^a colocação no ranking de 26 países (além dele próprio) cujo nível e características da atividade econômica os classificam no grupo dos países “impulsionados pela eficiência”. São Paulo, assim como o Brasil, mantém sua taxa de empreendedorismo inicial em patamares superiores aos demais países componentes do BRICS - Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, que participaram da pesquisa em 2017 (Índia, China e África do Sul). A ausência de alternativas de emprego impulsiona o indivíduo a buscar outras opções para geração de ocupação e renda e, neste contexto, o ato de empreender se apresenta como uma opção viável.

Outro aspecto importante em toda a dinâmica que reveste o fenômeno do empreendedorismo diz respeito à figura dos investidores informais.

Para o GEM, se qualifica como investidor toda pessoa que nos últimos três anos realizaram-se um movimento de apoio financeiro na criação de um empreendimento.

Vale destacar que o investidor nesse âmbito, não exerce função administrativa no negócio que decide apoiar ou, em outras palavras, não se configura como sócio do negócio.

Historicamente, a pesquisa GEM Brasil vem mostrando que as taxas de investidores informais no Brasil são baixas. No estado de São Paulo essa realidade não se apresenta de forma distinta.

Em 2017 a taxa paulista foi de 1,4% o que significa dizer que em torno de 420 mil pessoas realizaram alguma ação de investimento ou apoio financeiro a um empreendedor nos últimos três anos.

Contudo, vale destacar que, em comparação com o ano anterior, a taxa paulista de investidores informais dobrou.

A pesquisa GEM avalia a intensidade da atividade empreendedora sob o ângulo da motivação do indivíduo para iniciar um novo negócio. As taxas de empreendedorismo são analisadas considerando a principal razão que levou o indivíduo a empreender, ou seja, se foi movido por uma oportunidade ou por necessidade. Os empreendedores precisam de condições favoráveis para empreender e nem sempre o potencial empreendedor resulta na criação de novos negócios. Fatores como conhecer pessoalmente outros empreendedores, a existência de oportunidades, a percepção sobre sua capacidade para empreender e o medo de fracassar podem restringir ou estimular o potencial empreendedor. Desta forma, a maneira como a população avalia o empreendedorismo revela a sua aceitação social e a intenção dos indivíduos em empreender.

São considerados empreendedores por oportunidade aqueles que iniciam um negócio principalmente pelo fato de terem percebido uma oportunidade no ambiente.

Por outro lado, os empreendedores por necessidade iniciam o negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda. A taxa de empreendedorismo por oportunidade no estado de São Paulo em 2017 foi de 9,3%, correspondendo a 58,6% do total de empreendedores iniciais.

Em números absolutos estima-se quase 2,8 milhões de pessoas no estado de São Paulo, 17% do total de empreendedores por oportunidade no Brasil em 2017.

Em 2016, no Estado de São Paulo, essa taxa era de 11,3% e representava 63,8% do total de empreendedores iniciais.

Ao contrário do Brasil, que chegou a experimentar um leve crescimento na taxa de empreendedorismo por oportunidade, de 2016 para 2017, em São Paulo houve uma diminuição na taxa de um ano para outro, assim como na sua participação na composição da TEA.

Em 2017, a taxa de empreendedorismo por necessidade no estado de São Paulo manteve-se a mesma de 2016(6,4%),o que significa cerca de 1,9 milhões de pessoas, mas na composição da TEA a proporção subiu de 36,2% em 2016 para 40,1% em 2017.

Vale ressaltar que as taxas apresentam comportamento inverso, ou seja, à medida que a taxa de empreendedores por oportunidade diminui, aumenta a taxa de empreendedores por necessidade, e vice-versa. No Brasil, a taxa de empreendedorismo por necessidade teve uma pequena redução, de 8,3% em 2016 para 8,1% em 2017.

Apesar da queda da taxa de empreendedorismo por oportunidade em 2017 em relação a 2016 no estado de São Paulo, ela ainda foi mais alta do que a taxa de empreendedorismo por necessidade causada pelo alto índice de desemprego e falta de oportunidades no mercado formal, segundo pesquisa do SEADE/DIEESE na Região Metropolitana de São Paulo a taxa de desemprego total elevou-se de 16,8% para 18,0%, entre 2016 e 2017, ou seja, quando os indicadores de desemprego aumentam é esperado que a proporção de empreendedores iniciais que o fazem por oportunidade diminua e, conseqüentemente, ocorra um aumento dos empreendedores por necessidade.

O empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o empreendedor decide criar seu próprio negócio por ter identificado uma oportunidade no ambiente. Com essa motivação, as atividades que se destacaram em 2017, no estado de São Paulo, foram a de “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (8,6%), “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (8,1%), “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (7%) e “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (7%). O empreendedorismo por necessidade ocorre quando o empreendedor não tem outra opção de renda melhor que a de criar um negócio para o sustento de si e de sua família.

Em 2017 os empreendedores criaram seus negócios por necessidade, principalmente nas áreas de “Serviços domésticos” (18,1%), “Serviços especializados para construção” (11,8%) e “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (10,2%).

Os empreendedores motivados pela oportunidade no estado de São Paulo buscaram atuar em segmentos com tendência de crescimento no país, como o de beleza e alimentação (as principais atividades são equivalentes na pesquisa GEM Brasil 2017).

Os empreendedores motivados pela necessidade atuaram principalmente nos serviços domésticos, onde a escolaridade e a qualificação profissional não são tão exigidas e por isso há uma maior facilidade de entrada no mercado. Conforme definição da CNAE, os serviços domésticos representam as atividades realizadas em unidades domésticas como: cozinheiros, copeiros, arrumadeiras, motoristas, lavadeiras, passadeiras, babás, jardineiros, governantas, caseiros.

Analisando a tabela a seguir, é possível concluir que quanto a faixa etária, a partir dos 45 anos, o índice de novos empreendedores é maior em função dos que sonham em fazer carreira em grandes empresas, pode-se conectar o ocorrido com os perfis de candidatos, para novas oportunidades de trabalho, criados pela área de recursos humanos, onde essa faixa etária não tem oportunidade no mercado de trabalho e/ou o salário oferecido não é compatível com o necessário para sua sobrevivência. Assim sendo, pode-se concluir que esse fator também é relevante para o ocorrido, forçando essa faixa etária em buscar seu próprio empreendimento e conseqüentemente tornam-se também contratantes da faixa etária menor, sem muita qualificação profissional ou de grau de escolaridade inferior.

Comparação entre indivíduos que sonham “ter o próprio negócio” e que sonham “fazer carreira numa empresa” segundo as características sócio demográfico - São Paulo – 2017

Características sociodemográficas	% da População que sonha	
	Ter seu próprio negócio	Fazer carreira numa empresa
<u>Gênero</u>		
Masculino	54,2	51,8
Feminino	45,8	48,2
	Total	100
<u>Faixa etária</u>		
18 a 24 anos	22,7	31,8
25 a 34 anos	31,1	34,8
35 a 44 anos	25,6	26,9
45 a 54 anos	14,2	6,5
55 a 64 anos	6,3	0
	Total	100
<u>Escolaridade</u>		
Fundamental incompleto	18,2	11,7
Fundamental completo	23,9	25,4
Médio completo	49,7	55,9
Superior completo ou maior	8,2	7
	Total	100
Adaptado GEM - Características sócio demográfica - São Paulo 2017		

Tabela 4: Características sócio demográfica – São Paulo 2017 - GEM

Quando não há conhecimento e conseqüentemente visão estratégica, não há capacidade e tomadas de decisões estratégicas que se permita aprender como competir em ambiente turbulento que provoca alto grau de incerteza. A globalização das indústrias e as muitas mudanças tecnológicas são dois dos fatores que contribuem para a turbulência do cenário.

Muitas das pequenas empresas são formadas por ex-funcionários que desempregados, enxergaram em seus antigos postos de trabalho uma oportunidade de ganhar dinheiro, porém muitos deles não têm conhecimento de que uma empresa, não é apenas aquilo que está diante dos seus olhos, em uma visão local, e sim uma organização muito mais complexa e ampla de várias facetas e complexidade.

Cada país tem seus próprios valores e tendências. Os valores culturais de cada país afetam o comportamento organizacional, e dessa forma também influenciam nos resultados das organizações, e infelizmente no Brasil, de modo geral, tem por característica o pouco interesse governamental na formação acadêmica cultural, do raciocínio lógico do ser, do aprendizado profissionalizante.

Bem-aventurado o homem *que* acha sabedoria, e o homem *que* adquire conhecimento. Provérbios Salomão 3:13.

Wilson Poit, Diretor Superintendente do SEBRAE-SP, em evento realizado em São Paulo em Agosto de 2019, “o momento é de protagonismo do empreendedorismo no Brasil.”. Na ausência de emprego, as pessoas estão criando o próprio negócio, estão se ocupando sem tempo para o processo de desenvolvimento, porém elas precisam de capacitação, de microcrédito, de acesso ao mercado. É hora de usar este cenário, para crescer a partir de formação tecnológica; não só no sentido de tecnologia, mas aprendizado profissionalizante; trazendo para dentro das instituições de ensino, de um modo geral, a estrutura e as estratégias das agências de fomento empreendedor para capacitar futuros empreendedores.

O compartilhamento de conhecimento é essencial para a disseminação do conhecimento em uma organização, além de aumentar a velocidade com a qual inovações são lançadas.

Bruno Quick diretor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e especialista em políticas públicas, em sua palestra na reunião

do Conselho Superior da Micro, Pequena e Média Indústria (COMPI) da Fiesp, nesta quarta-feira (21/8) o nível de escolaridade da grande maioria dos inscritos no MEI era o de 2º grau incompleto.

Segundo dados do Cadastro do Simples Nacional, em 2010 tinham registrado mais de 27 mil pequenas empresas optantes do SN, ou seja, pequenas empresas e segundo IBGE, conforme gráfico a seguir, mostra o índice de mortalidade das micro e pequenas empresas.

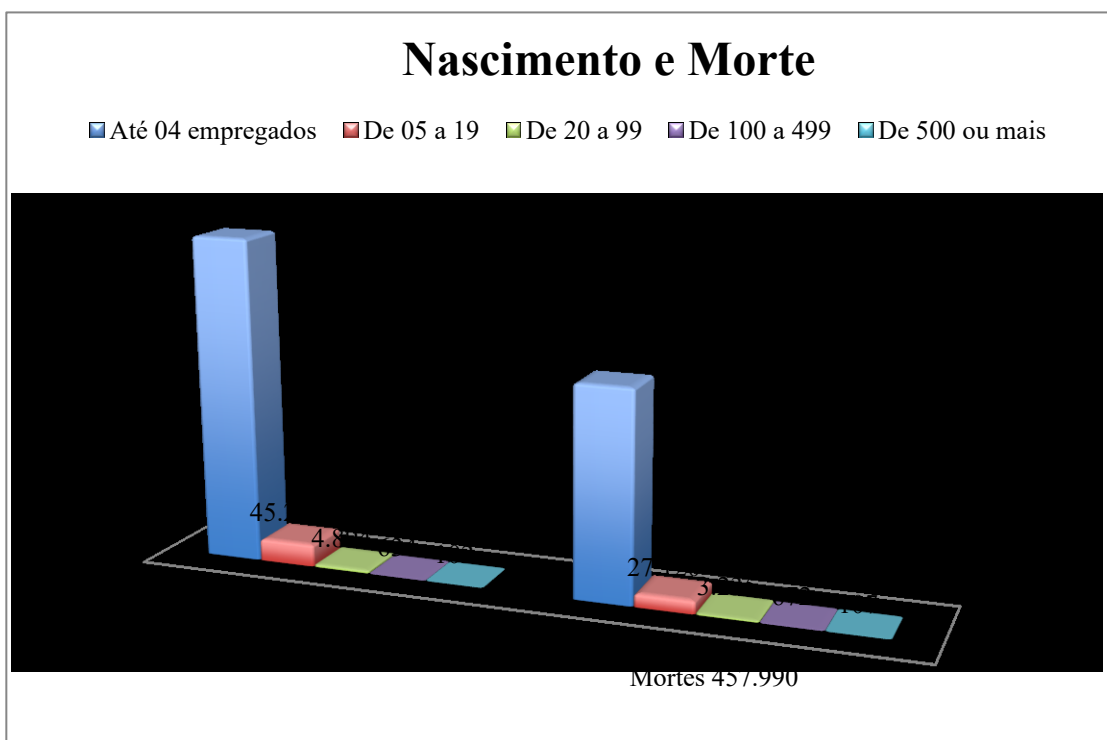


Gráfico 2. Nascimento e Morte

Fonte: IBGE 2010 Cadastro Simples Nacional

Azevedo (1992) que em sua pesquisa afirma que entre as causas de insucesso constam: a falta de habilidade administrativa, financeira, mercadológica ou tecnológica do empreendedor, além da instabilidade econômica e da falta de crédito no mercado. Já segundo Santos e Pereira (1995), os motivos que efetivamente tem levado muitos empreendimentos novos ao fracasso, são a falta de experiência empresarial anterior, de competência gerencial, o desconhecimento do mercado e a falta de qualidade dos produtos ou serviço e a falta de planejamento e informações gerenciais.

As políticas públicas de emprego, trabalho e renda devem priorizar os segmentos mais fragilizados do mercado de trabalho e não apenas os setores estruturados. É preciso entender como esses segmentos da economia popular e

solidária se relacionam com os demais setores e melhorar a qualidade de inserção em termos de ocupação, renda e proteção social.

3. GESTÃO INOVADORA

3.1. O CONHECIMENTO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA O CRESCIMENTO EMPRESARIAL

Segundo (ADIZES, 1990). As organizações possuem seu próprio ciclo de vida, ou seja, nascem, crescem, envelhecem e morrem; para as organizações esses ciclos podem ser estendidos, tudo depende de como é realizado seu planejamento.

É extremamente importante estudar e compreender esse ciclo, pois é por meio dele que as organizações poderão permanecer por mais tempo interagindo no seu mercado alvo. É tempo de mudar a morfologia da sociedade, como ocorreu no período do pós-guerra, quando as idéias de esperança e reconstrução foram desencadeando de cima para baixo influenciando decisões de pessoas e organizações.

As estratégias não devem apenas relacionar o que a empresa realizou no passado ao que tem feito no presente, mas também o que poderá fazer bem no futuro.

Com o mercado cada vez mais volátil, a alta competitividade leva muitas empresas a enfrentarem desafios para destacar seus produtos e serviços frente a seus concorrentes. Esse fenômeno, que afeta os mais diversos segmentos, parece intensificar a disputa pela liderança de mercado, gerando uma busca acelerada por novas formas de diferenciação. Observa-se, então, a aplicação dos mais variados programas e metodologias no âmbito da gestão empresarial, dentre eles o Planejamento Estratégico, como uma importante ferramenta para o crescimento e até mesmo para a reestruturação das empresas, uma vez que auxilia com uma maior assertividade às tomadas de decisão com base no ambiente em que estão inseridas.

Kaufmann (1990) Apresenta quatro estágios de uma organização: Iniciando com (nascimento), a empresa terá sua primeira experiência; na sequência o (crescimento), onde se concentra os esforços a um crescimento acelerado; posteriormente vem (maturação) o amadurecimento e a diversificação do empreendimento a partir da exploração de novos produtos no mercado; o último (institucionalização) busca a colaboração interpessoal sobressaindo-se sobre a

comunicação formal onde existe a responsabilidade coletiva em vez de autoridade pessoal, com a finalidade de tornar as decisões mais ágeis.

Líderes estratégicos devem ter fortes orientações estratégicas e ao mesmo tempo seguem as mudanças no dinâmico cenário competitivo e necessitam ter idéias inovadoras readequando suas organizações conforme as atualidades do mercado; sua equipe gerencial deve ser diversificada com diferentes tipos de especialização.

Conforme o quadro de Leach 1990 pode-se verificar a diferença entre gestão profissionalizada e não profissionalizada

FUNÇÕES	GESTÃO PROFISSIONALIZADA	GESTÃO NÃO PROFISSIONALIZADA
Desenvolvimento	Desenvolvimento planejado baseado na identificação de oportunidades e ameaças	Desenvolvimento ad hoc, baseado em experiências passadas.
Orçamentos	Critérios claros de resultados esperados e alocação de recursos.	Não explícitos normalmente baseados em sentimentos
Inovação	Privilegia-se a inovação orientada ao crescimento com disposição a correr riscos calculados	Privilegiam-se as principais inovações correndo riscos desconhecidos
Liderança	Estilos inspirados na participação e na consulta	Estilos variados desde os inspirados em ordens até a intervenção
Cultura	Bem definida	Vagamente definida e orientada a família
Resultados	Lucros que são resultados de metas preestabelecidas.	Normalmente é uma consequência da operação
Organização	Funções e cargos claramente descritos e formalizados.	Estrutura informal ou com pouca definição
Controle	Sistema planejado e formal	Controle informal, ad hoc

Tabela 5. Gestão profissionalizada e não profissionalizada (Leach 1990).

Conforme apresentado por Leach 1990, a profissionalização traz uma série de vantagens para a organização de uma empresa. Essa forma de gestão tanto pode ser exercida por um profissional de mercado como por um membro da empresa, dependendo exclusivamente do seu grau de competência. (LEACH, 1990).

Gestão baseada em conhecimento descreve tendências em economias avançadas no sentido de maior dependência do conhecimento, informação e altos níveis de especialização. Os dirigentes das organizações devem ter abordagem multicultural de administração, o conhecimento e a tecnologia tornaram-se cada vez mais importantes nas interações entre empresas e outras organizações como uma

forma de adquirir conhecimento especializado. Um desenvolvimento econômico paralelo é o crescimento da inovação em serviços nas economias avançadas.

Gestores precisam estar preparados com temas do momento, até mesmo para evitar danos financeiros e de reputação. É necessário entender a importância da diversidade, equidade e inclusão. Os níveis de exigências dos investidores, fornecedores e comunidades fazem com que esse alinhamento seja cada vez mais desejável. Nova mentalidade, novas habilidades.

Com a velocidade e a complexidade com que tudo acontece hoje, é necessário se adaptar, colaborar, agir em rede e com o propósito forte de alinhamento de valores.

Uma empresa pode se aprimorar estudando seus erros e o conhecimento obtido por meio da correção de erros é importante para buscar novas capacitações e competências.

A inovação é uma alteração de processo que provoca uma mudança importante e radical, reformulando a estrutura de atividades e buscando resultados drásticos e visíveis (DAVENPORT, 1994).

O Manual de Oslo, em sua terceira edição, define quatro tipos de inovação, (*ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT - OECD, 2005*), complementadas por *Harvard Business Essentials* (HBE, 2003), com as inovações incrementais e as radicais.

TIPO DE INOVAÇÃO	DESCRIÇÃO
Produto	Introdução de um benefício ou serviço novo ou significativamente melhorado em relação às suas características ou usos pretendidos, incluindo melhoria significativa nas especificações técnicas, componentes e materiais, software, interface com usuários e outras características funcionais.
Processo	Implementação de um novo processo produtivo melhorado ou entrega. Incluindo modificações em técnicas, equipamentos ou software.
Organizacional	Implementação de novos métodos organizacionais, podendo ser mudança em práticas de negócio, organização do ambiente de trabalho e relações externas da empresa.
Marketing	Mudanças na aparência do produto e sua embalagem, na divulgação e distribuição do produto e em métodos para definir preços de benefícios e serviços.
Incremental	Melhoria de produtos e processos com melhoria de desempenho, por meio de reconfiguração de tecnologia já existente para outros propósitos.

Radical	Produtos ou processos que por sua característica se diferem se comparados aos já existentes. Mudanças essas podem se dar por meio de novas tecnologias combinadas com as já existente.
---------	--

Tabela 6: Tipos de inovação (HBE, 2003).

Saes (2009), citando Schumpeter (1934), acrescenta que outras formas de inovação seriam a abertura de um novo mercado e a conquista de novas formas de fornecimento.

Joseph Schumpeter influenciou bastante as teorias da inovação. Seu argumento é de que o desenvolvimento econômico é conduzido pela inovação por meio de um processo dinâmico em que as novas tecnologias substituem as antigas, um processo por ele denominado “destruição criadora”. Segundo Schumpeter, inovações “radicais” engendram rupturas mais intensas, enquanto inovações “incrementais” dão continuidade ao processo de mudança. Schumpeter (1934) propôs uma lista de cinco tipos de inovação:

1. Introdução de novos produtos;
2. Introdução de novos métodos de produção;
3. Abertura de novos mercados;
4. Desenvolvimento de novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos;
5. Criação de novas estruturas de mercado em uma indústria

Assim, inovação não ocorreria necessariamente para atender a um novo mercado de consumo, podendo ocorrer internamente, para introduzir novos produtos, modernizar os processos e alterar as rotinas organizacionais.

O processo de inovação em redes de firmas acontece, principalmente, em nível organizacional coletivo, salientando-se três aspectos:

- a) as razões pelas quais as empresas são induzidas a redefinir suas estratégias empresariais no sentido de incorporar mais cooperação;
- b) como as redes são estruturadas de acordo com as diferentes formas de hierarquia e coordenação;
- c) a mobilidade evolutiva ou involutiva das empresas no sentido de agregar valor e assumir novos papéis no âmbito de uma rede.

Há outros fatores em andamento no ambiente corporativo que tem poder para exigir transformações bem mais radicais e consistentes. A transformação digital possibilitarão novos modelos de negócios seja para mitigar riscos ou para aproveitar oportunidades.

Em termos de estratégia, ganhar espaço amplo esta sendo mais importante do que se diferenciar. Mover se mais rápido é necessário porque concorrentes de qualquer lugar do mundo pode vencê-lo.

Em termos de competências, equipes empreendedoras com mais capital humano, social e relacional tendem mais frequentemente a alcançar espaços amplos, do que equipes menos dotadas desses atributos. Além desses atributos são necessários investidores que forneçam conhecimento, capital social, relacional e reputacional. É necessário ter o apoio do ecossistema empreendedor ao qual pertencem, para obter capital humano especializado, financiamento e recursos indiretos que auxiliam o desenvolvimento e implementação de novo modelo de negócio. O conhecimento é um recurso organizacional fundamental e esta se tornando uma fonte valiosa de vantagem competitiva, uma forte base de conhecimento é necessário para criar inovações.

O aprendizado constante proporciona habilidades e atualizadas que permitem adaptar o seu ambiente à medida que ocorrem as mudanças. As organizações que conseguem aplicar o que aprenderam tem flexibilidade estratégica e conseqüentemente capacidade de mudar as formas que aumentam suas probabilidades de lidar com êxito em ambientes incertos e hipercompetitivos.

A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo realizou uma pesquisa na indústria de transformação do Estado de São Paulo, sobre a capacitação em gestão de micro e pequenas empresas.

Dados da pesquisa:

- A pesquisa foi feita através de questionário por correio eletrônico
- Foi realizada no período de 26 de março e 18 de abril de 2019

Participaram da pesquisa 293 empresas, sendo 17,1% de micro empresa, 52,9% de pequenas, 25,3% de médias e 4,8% das grandes empresas. (Fonte: FIESP -2 019).

Principais áreas com desafio de gestão:



Figura 1. Áreas que mais possuem desafios, a serem enfrentados relacionados à administração da empresa (Fonte: FIESP – 2019)

Por quais motivos as empresas não incentivam a capacitação dos funcionários:



Gráfico 3: Falta de incentivo a capacitação - Fonte: Fiesp – 2019

Visto que existem órgãos de capacitação de pessoas no estado, a pesquisa também questionou o porquê a organização nunca utilizou serviços de instituições de Ensino/Pesquisa para capacitação de seus funcionários, dados os resultados, entendo que a falha na comunicação para divulgação de tais serviços, precisam também ser melhorada:



Gráfico 4: Falta de conhecimento quanto as Instituições de ensino e pesquisa -
Fonte: FIESP – 2019

4. SEGMENTO TECNOLÓGICO

A falta de visão macro, conhecimento dos fatores externos, mudanças políticas e legais, falta muitas vezes de raciocínio lógico, levam as muitas pequenas empresas a se abster de recursos tecnológicos que os faria terem maior capacidade de competitividade, ficam a quem do mercado, da concorrência e acabam sucumbindo às pressões do mercado globalizado.

Alguns economistas ao pesquisarem os motivos pela qual se deu o crescimento PIB perca-pita dos países industrializados, deram-se pela tecnologia.

Com a globalização dos mercados ocorre o aumento da competição que força as empresas a realizarem investimentos nas áreas produtivas como a automação, informatização e a robotização de atividades e processos com o objetivo de reduzir custos, aumentando a produtividade e melhorando a qualidade e de gestão empresarial pela implantação de softwares denominados CRM (Customer Relationship Management), e os ERP (Enterprise Resource Planing), sistemas que produzem informações a partir de banco de dados e informações capturadas nos diversos processos da empresa.

As mudanças tecnológicas ocorrem basicamente por meio de novos produtos, processos e materiais. Dado o ritmo rápido dessas mudanças, é fundamental para as empresas estudarem minuciosamente o segmento tecnológico, pois os primeiros a

adotarem uma nova tecnologia, em geral atingem uma parcela maior do mercado, alcançando maior retorno.

Essas mudanças devem abranger toda uma cadeia de negócios, ou seja, a relação de uma empresa com seus clientes, parceiros, fornecedores e serviços essenciais, reunindo as empresas em uma mesma cadeia produtiva (B2B) e a integração das empresas com os clientes (B2C), formando assim uma rede digital de valor agregado.

As empresas tem que se certificar continuamente do ambiente externo e detectar novos substitutos, novas tecnologias e obter vantagens competitivas.

No âmbito da logística, não bastará apenas realizar o transporte das mercadorias, mas sim aderindo também ao sistema digital, associando a operação dos serviços de armazenamento, preparo da carga, gestão e transmissão de informações entre os fornecedores, produtores, clientes e agentes financeiros, para que possam atender as atuais exigências do mercado.

A área financeira de forma alguma pode ficar fora dessa adequação tecnológica; a necessidade de acompanhar a velocidade do mercado globalizado impõe que a gestão financeira, esteja integrada com órgãos governamentais, agentes financeiros, possibilitando processos de registro das informações de faturamento, tributos, solicitação e disponibilização de linhas de crédito.

O uso da tecnologia se faz necessária também no tocante às pessoas; pois toda organização é formada de pessoas que se necessitam se comunicar. A velocidade dessa comunicação pelos meios tecnológicos reduziu distancias, custos e tempo para atingir melhores resultados.

Nos últimos anos ocorreram mudanças significativas na tecnologia da informação, e o resultado dessas mudanças é eu a capacidade de acessar e utilizar eficaz e eficientemente as informações se tornou fonte significativa de vantagem competitiva. O potencial competitivo das tecnologias da informação está disponível para empresas de vários portes em todo o mundo.

O Ministério da Economia dos Emirados Árabes Unidos contribui para alcançar a visão e as direções estratégicas dos Emirados Árabes Unidos em termos de apoio à inovação e excelência. O Ministério adotou a inovação como metodologia em todas as áreas de sua atuação e a tornou parte integrante de seus objetivos estratégicos. O Ministério está empenhado em proporcionar um ambiente de incubação e estímulo à inovação e lançar iniciativas, estratégias e programas que consolidem e difundam a

cultura da inovação a nível nacional. O Ministério incluiu a inovação em sua visão corporativa: “Construir uma economia competitiva global diversificada, baseada no conhecimento e na inovação e liderada por competências nacionais”.

O SEBRAE SP possui em sua estrutura cursos de orientação a quem de interesse, a respeito de empreendimento. Os temas são variados, dentre eles o curso para ensino a respeito da viabilidade do negócio, onde este discorre sobre levantamento financeiro desde o investimento inicial necessário para estrutura, capital de giro, estoque, preço de venda, folha de pagamento e encargos e possível lucro de acordo com a previsão de venda e em quanto tempo será o retorno do investimento. O referido módulo apresenta de forma clara, porém sucinta que empreender vai além de sonhar.

5. PRODUTO/SERVIÇO “MAIS OU MENOS”

A inovação do produto/serviço precisa acompanhar a atualização tecnológica; as empresas necessitam atualizar seus produtos/serviços, não permitindo que esses se tornem estagnados no mercado e trocados pelos substitutos. A necessidade inserir algo mais no produto/serviço que venha agregar valor para o cliente. Infelizmente em muitas organizações, o ambiente de trabalho não está aberto à novas idéias, onde se possa apresentar sugestões, onde se estimule a testar o novo, isso é um fator crítico de sucesso para o processo de inovação. Muitas boas idéias podem surgir em encontros tecnológicos, outras mais elaboradas surgem através de equipes de perfil adequado que realizam pesquisas de mercado trazendo as novas tendências, as novas demandas.

Em se tratando de empresas que não possuam profissionais com habilidades distintas para o processo de inovação, a realização de parcerias se faz necessária visando agregar competências e conhecimento. Os consultores, universidades, institutos de pesquisa, outras empresas podem ser esses agentes parceiros de inovação.

As informações obtidas, a execução dos trabalhos, a implantação, a obtenção de recursos necessários para aplicação das estratégias de inovação, a coordenação entre os diversos recursos empregados, o planejamento e o controle das ações, deverá ficar a cargo de um administrador, que exercerá ações inteligentes que serão aquelas pela qual os objetivos da organização serão atingidos.

O desconhecimento da demanda por inovação elimina uma empresa do mercado por perder competitividade. As empresas necessitam perceber ou se antecipar as necessidades da sociedade.

A qualidade é uma variável para o incremento da competitividade da empresa, toda empresa deve se ater a esta variável para garantir o mercado atual e permitir a agressão de novos mercados.

A falta de visão de muitas empresas em não observar e comparar o seu produto com o concorrente, faz dela uma possível nova candidata a derrota. O processo de benchmarking induz a melhorias na empresa e nos produtos, pois este indica onde a empresa está em relação à concorrência, onde deve chegar e o que deve ser feito para atingir a meta.

A estratégia pode ser definida como a determinação de metas e objetivos básicos de longo prazo de um empreendimento e a adoção de cursos de ação e alocação dos recursos necessários para atingi-los.

Alfred D. Chandler, Jr.

A importância de se planejar para o sucesso da organização implica em um aprendizado, onde respondendo a poucas perguntas referentes à sobrevivência do seu empreendimento; onde estou? Onde quero chegar? O que fazer? Quando fazer? Como fazer? A que custo? , para aumentar a probabilidade de longevidade do negócio. Dessa forma o planejamento é uma função estratégica, muitas vezes colocada em segundo plano pelos empresários, permanecendo sem a noção previa do funcionamento da empresa através do plano de negócio.

Planejamento é uma ferramenta essencial para quem pretende ingressar no mundo dos negócios ou para quem precisa alavancar o negócio.

Plano de negócio é um documento de atualização constante que visa planejar detalhadamente a abertura, expansão ou manutenção de um negócio. As mudanças no ambiente econômico, político, cultural e tecnológico são constantes e devem estar refletidas ao plano de negócios.

O Planejamento detalhado significa antever o resultado futuro das ações que se pretende tomar acerca de um empreendimento, objetivando indicar sua viabilidade ou inviabilidade. O plano de negócios é também utilizado como instrumento de

comunicação entre a organização e agências de financiamento, investidores, parceiros, sócios em potencial.

A existência do plano de negócios diminui a probabilidade de morte precoce dos empreendimentos, visto que os riscos são previstos durante a elaboração deste.

Segundo estudos realizados por alunos de Administração da Harvard Business School (EUA), fazer um plano de negócios aumenta em 60% a probabilidade de sucesso dos negócios.

Não existe um modelo específico de plano de negócios para todos os tipos de negócios, um plano de negócio bem elaborado deve conter informações profundas, reais e organizadas sistemicamente, dentre as informações a serem consideradas na estrutura básica do plano de negócios é considerado um Plano de marketing onde expõe a análise do mercado competitivo e a definição da estratégia a ser executada pela empresa; Plano financeiro que indica as projeções financeiras e mostra a análise de viabilidade do negócio; Plano de risco que identifica os riscos que podem afetar o empreendimento e informa as ações que serão adotadas em respostas aos riscos identificados; Plano de implementação que trata-se do cronograma de execução da implantação do empreendimento.

No plano de negócios estará contemplado quem são os empreendedores, qual é o produto, quais e quantos são os clientes (público alvo), quem são os concorrentes; qual é o processo tecnológico de produção e vendas, qual é a estrutura de gerenciamento, quais são as projeções financeiras futuras.

O mérito de um projeto é função de uma análise em que se determinam as relações entre benefícios gerados e os custos imputados e as possibilidades alternativas de obter melhores resultados com estes mesmos custos em outros projetos. (Buarque, 1984)

A maioria dos proprietários e gerentes das pequenas empresas não tem um plano, porém muita vontade de crescer, porém a organização é limitada e assistêmica, por exemplo, ao lidar com a quantidade de estoque a ser adquirida, não têm padrões pré-definidos a partir de levantamento métrico. O planejamento pré-estabelecido e formalizado se faz necessário para que o negócio se torne mais lucrativo e competitivo.

Com o planejamento a organização consegue enxergar o seu rumo, seus objetivos de desempenho de curto e longo prazo, bem como as mudanças competitivas e os métodos de focar as ações internas que devem ser usadas a fim de atingir os resultados programados.

A implantação de um processo de planejamento permite aos proprietários e gerentes administrativos, se dediquem as questões operacionais á nível de comando a fim de se manterem em uma posição estratégica do negócio, proporcionando senso de direção, focaliza esforços, maximiza a eficiência, reduzem o impacto do ambiente tomando decisões mais assertivas para enfrentar as mudanças ambientais, definem parâmetro de controle, atuam como fonte de motivação e comprometimento e potencializa o autoconhecimento organizacional, fornecendo consistência a ação gerencial.

Tendo uma visão ampla do negócio através dos demonstrativos de resultados, o empreendedor poderá assim vislumbrar possíveis novas ações assertivas a fim de corrigir, ampliar, inovar sua atuação e se manter no mercado competitivo por muito mais tempo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo um dos objetivos do trabalho a identificação do cenário atual das Micros e pequenas empresas do Estado de São Paulo, no tocante ao auto índice de falência em seus primeiros cinco anos de vida. O outro objetivo foi o de pesquisar e analisar os graus de dificuldade encontrados pelo micro empreendedor e as razões de ser da maioria deles. Durante a pesquisa foi possível verificar a falta de preparo técnico profissional de muitos empreendedores, mesmo a população brasileira sendo de característica empreendedora de sobrevivência, é necessário conhecimento para fazê-lo. As incertezas sobre as mudanças tecnológicas, as tendências econômicas e políticas, as transformações de valores sociais e as mudanças nas demandas dos clientes, as tomadas de decisões dos líderes sobre os recursos de uma pequena empresa, podem gerar conflitos intraorganizacionais afetando a continuidade o negócio. De acordo com o estudo foi possível avaliar as prováveis medidas de intervenção para prover possíveis soluções para as principais causas mortis das empresas. Por fim, existem inúmeras oportunidades de melhoria em empresas, de modo geral, a partir de ensino tecnológico desde a formação de segundo grau ao nível superior. A implantação de startups em polos de desenvolvimento econômico para fomentar a adequação de novos empreendimentos. A capacitação de profissionais através das empresas em realizar parcerias com centros de formação tecnológica a fim de capacitar seus funcionários dando a eles uma visão estratégica e agindo de maneira operacional capacitada acompanhando os movimentos do mercado globalizado e de mudanças constantes.

Pelo estudo realizado chegou se ao entendimento que as empresas não possuem o conhecimento da disponibilidade dos serviços de capacitação, e ou, não fazem uso dos mesmos pelo custo dos serviços oferecidos, e não entendem que tais custos devem ser agregados aos seus produtos e serviços, oferecendo ao público alvo, qualidade ampla em seu atendimento criando fidelização dos mesmos perseverando em seus negócios.

Para Rafael Lucchesi, diretor-geral do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) o Brasil precisa eleger a educação profissional como política de Estado, e no meu entendimento essa política precisa abranger todos os setores produtivos em seus vários níveis de atuação.

REFERENCIAS

ADIZES, Ichak. **Os ciclos de vida das organizações**: como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito. São Paulo: Pioneira, 1990.

ANDRADE, Arnaldo Rosa de. **Planejamento estratégico para pequenas empresas**: o processo de planejamento no contexto da pequena empresa. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

ARABES, Ministério da Economia Emirados. **Academia de empreendedorismo**: Iniciativas educacionais para desenvolver habilidades de liderança. 2022. Disponível em: https://www-moec-gov-ae.translate.google.com/web/guest/skill-up?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-BR&_x_tr_pto=sc. Acesso em: 13 out. 2022

BETHLEM, Agrícola. **Estratégia empresarial**: conceitos, processo e administração estratégica. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BOAVENTURA, Helayne. **Portal da indústria**: Diretor-geral do SENAI defende que a educação é essencial para o desenvolvimento do país. 2018. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/educacao/diretor-geral-do-senai-defende-que-a-educacao-e-essencial-para-o-desenvolvimento-do-pais/>. Acesso em: 31 ago. 2022.

BUARQUE, Cristovam. **Avaliação Econômica de Projetos**. Rio de Janeiro: Gen Atlas, 1984.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégia para a conquista da competitividade global. São Paulo: Atlas, 1999.

DAVENPORT, Thomas H.. **Reengenharia de processos**: como inovar na empresa através da tecnologia da informação. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ERIKA ONOZATO (Curitiba Pr). Simara Maria de Souza Silveira Greco. **Empreendedorismo no Estado de São Paulo**: causa mortis. 21. ed. Curitiba Pr: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (Ibqp), 2017

FIESP. **Gestão e Capacitação Empresarial**: pesquisa rumos da indústria paulista. PESQUISA RUMOS DA INDÚSTRIA PAULISTA. 2019. Disponível em: <file:///C:/Users/Marisa/Downloads/file-20191031163514-pesquisa-gestao-e-capacitacaofiesp.pdf>. Acesso em: 07 set. 2022

FERNANDES, Jorge Monteiro. **Gestão da Tecnologia como parte da estratégia competitiva das empresas**: planejamento estratégico. 2. Ed. Brasília: Instituto de Pesquisa, Desenvolvimento e Educação, 2003.

FIESP. **PANORAMA DA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO BRASILEIRA**: Depto. de Economia, Competitividade e Tecnologia FIESP / CIESP. 2019. Disponível em: <https://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/panorama-da-industria-de-transformacao-brasileira/>. Acesso em: 07 set. 2022

KAUFMANN, Luiz. **Passaporte para o ano 2000**: como desenvolver e explorar a capacidade empreendedora para crescer com sucesso até o ano 2000. São Paulo: Mc Graw Hill, 1990.

LACRUS, Adonai José. **Plano de negócios Passo a passo**: transformando sonhos em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2022.

MANKIWI, Gregory. **PRINCÍPIOS DE MICROECONOMIA**: tradução da 6ª edição norte-americana. 6. ed. Boston: Cengage Learning, 2014.

MARTINS, Eduardo Toledo; MARTINS, Daiana Ransan. **Empresa familiar e transgeracionalidade**: aplicabilidade em arranjo produtivo. São Paulo: Novas Edições Acadêmicas, 2016

MICHAËLIS, Carolina; MICHAELIS, Henriette. **Michaelis Moderno Dicionário Da Língua Portuguesa**: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 1998. 1029 p.

MICHAËLIS, Carolina; MICHAELIS, Henriette. **Michaelis Moderno Dicionário Da Língua Portuguesa**: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 1998. 1031 p.

PROJETOS, FINEP Financiadora de Estudos e. **Manual de Oslo**: manual de Oslo manual de Oslo diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Paris, França: OCDE e Eurostat, 1997.

RESEARCH, New Gem. **GEM Report Sponsors**: United Arab Emirates Ministry of Economy. United Arab Emirates Ministry of Economy. 2022. Disponível em: <https://gemconsortium.org/reports/latest-global-report>. Acesso em: 13 out. 2022.

SAES, Sílvia. **Estratégias de diferenciação e apropriação da quase renda na agricultura**. São Paulo: Annablume, 2009.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**: tradução de maria sylvia possas. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda., 1997

SOUZA, Érika Melo de; GUIMARÃES, Ronaldo Maciel. **A EVOLUÇÃO DA ESTRUTURA DAS ORGANIZAÇÕES ATRAVÉS DA ANÁLISE DA ESTRATÉGIA**. 2000. Disponível em: <http://www3.promovebh.com.br/revistapensaradm/art/a01.pdf>. Acesso em: 13 out. 2022.

SP, Sebrae. **Empreendedorismo como opção de carreira**: ead. EAD. 2014. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_empreendedorismo-como-opcao-de-carreira.pdf. Acesso em: 07 set. 2022.

SP, SEBRAE. **Plano de negócios**: Educação empreendedora. Educação empreendedora. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/educacaoempreendedora/o-que-e-o-plano-de-negocios,6e9c99ce1d85d710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 13 out. 2022.