

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PHILADELPHO GOUVÊA NETTO
Curso Técnico em Administração**

**BÁRBARA BARBOSA MEIRA
JOÃO VITOR DE OLIVEIRA
LETÍCIA SILVESTRE PEDROSO**

**Mortalidade precoce das micro e pequenas empresas:
As dificuldades de se iniciar um negócio**

São José do Rio Preto - SP

2023

BÁRBARA BARBOSA MEIRA
JOÃO VITOR DE OLIVEIRA
LETÍCIA SILVESTRE PEDROSO

**Mortalidade precoce das micro e pequenas empresas:
As dificuldades de se iniciar um negócio**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração Etec Philadelpho Gouvêia Netto – ETEC, orientado pelo professor Fausto Rangel Castilho Padilha, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São José do Rio Preto - SP
2023**

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, aos nossos familiares, amigos e parentes por todo apoio e entendimento.

Agradecemos também toda disposição, orientação e conhecimento do professor Fausto Rangel Castilho Padilha.

Também gostaríamos de expressar nossa gratidão ao SEBRAE São José do Rio Preto por terem respondido o nosso questionário.

Agradeço em especial ao melhor pai que eu poderia ter, Sebastião de Sousa Meira. O senhor nunca duvidou nem por um instante da minha capacidade de realizar os meus (nossos) sonhos. É por e para você que entrego este Trabalho de Conclusão de Curso. Descanse em paz! Com amor, de sua filha Bárbara Barbosa Meira.

RESUMO

Empreendedorismo é uma ideia de negócio inserido dentro do mercado de uma forma inovadora e que possa transformar a vida do proletariado para o chefe de seu próprio empreendimento.

Dentro do tema tem vários aspectos como: o empreendedorismo ser por necessidade devido a algum problema financeiro ou situacional até mesmo por oportunidade de ingressar em um mercado que lhe possa gerar um lucro inovador.

As startups são um ótimo exemplo de empreendedorismo por oportunidade e busca se inovar no mercado, se adaptando a qual ideia está mais atual e lhe podendo gerar uma oportunidade única de ser reconhecido em um meio com vários veteranos, mas que não se adaptam e se inovam, mostrando que quem possui um diferencial e é adepto a novas tecnologias consegue ter sucesso.

Para a consolidação da realização do projeto, existem várias etapas que precisam ser seguidas, dentre elas estão o planejamento, plano de negócios e a criatividade. Tudo nasce da criatividade do indivíduo, proporcionando-lhe ideias e planos para se abrir um novo negócio inovador e que pode lhe gerar um lucro e visibilidade comercial como nunca. Aliado a um bom planejamento e plano de negócios, que analisara o mercado comercial atual com os seus vários concorrentes, buscando novos fornecedores, pesquisando um ponto estratégico para o estabelecimento e estudando a rentabilidade e saúde financeira da empresa, estará um passo mais próximo da sua conquista.

Um dos exemplos mais atuais possíveis sobre empreendedorismo por necessidade é a forma como a economia se encontra. Onde diversas pessoas do mundo inteiro tiveram seus trabalhos e vidas completamente transformadas, precisando se reinventar e buscar novas formas de lucrar, como as entregas de comidas e produtos via mercado digital.

Em relação ao empreendedorismo por necessidade, muitas mulheres superam suas dificuldades e ainda assim, precisam lidar com os afazeres domésticos e a desigualdade social em relação ao mercado de trabalho, se veem necessárias a buscar uma forma de rendimento novo e que lhes possa adquirir independência financeira e consolidar das inúmeras funções que exercem diariamente

Tanto empreendimento novos criados seja por oportunidade ou por necessidade de se criar, tem um dos seus maiores desafios e dificuldades que é se manter viva no mercado, se manter estável seja financeiramente ou estruturalmente,

onde a falha humana é uma das maiores causas para a ruína do seu negócio, seja pela falta de planejamento de gestão, de finanças, não sabendo se inovar, dentre muitos outros, onde segundo pesquisas feitas pelo SEBRAE (2016) cerca de 70% das empresas não duram 5 anos, por estes motivos, é muito importante se criar um planejamento inicial com pesquisas e vários cursos para montar o seu negócio e conseguir acertar em todos os departamentos, tendo mais chances de se manter ativa mais tempo.

Palavras-chave: Empreendedorismo, negócio, planejamento, inovação, oportunidade, mercado

ABSTRACT

Entrepreneurship is a business idea inserted into the market in an innovative way that can transform the lives of the proletariat into being their own boss. Within the topic, there are various aspects such as entrepreneurship out of necessity due to financial or situational problems, or even seizing an opportunity to enter a market that can generate innovative profit.

Startups are a great example of opportunity-based entrepreneurship and strive to innovate in the market, adapting to the latest ideas that can provide a unique opportunity to be recognized in a field with many veterans who fail to adapt and innovate, demonstrating that those who have a differential and embrace new technologies can succeed.

To consolidate the realization of a project, there are several stages that need to be followed, including planning, business plan, and creativity. Everything stems from the individual's creativity, providing ideas and plans to start a new innovative business that can generate profit and commercial visibility like never before. Along with proper planning and a business plan, which analyzes the current commercial market with its various competitors, seeks new suppliers, researches a strategic location for the establishment, and studies the profitability and financial health of the company, one is one step closer to success.

One of the most current examples of entrepreneurship out of necessity is the way the economy is. Where people all over the world have had their jobs and lives completely transformed, needing to reinvent themselves and find new ways to profit, such as delivering food and products via the internet through remote work.

Regarding entrepreneurship out of necessity, many women overcome their difficulties and still need to deal with household chores and social inequality in the job market. They find it necessary to seek a new source of income that can provide financial independence and consolidate the various roles they perform daily.

Both newly created businesses, whether driven by opportunity or necessity, face one of their greatest challenges and difficulties, which is to stay alive in the market, to remain stable financially or structurally. Human error is one of the major causes for the downfall of a business, whether due to lack of management planning, financial knowledge, inability to innovate, among many others. According to research conducted by SEBRAE (2016), around 70% of companies do not survive for 5 years. For these

reasons, it is crucial to create an initial plan with research and various courses to establish your business and increase the chances of staying active for a longer period.

Keywords: Entrepreneurship, business, planning, inovacion, oportunitat, market

.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	10
1.3 OBJETIVOS	10
1.3.1 Objetivos específicos	10
1.4 JUSTIFICATIVA	10
1.5 MATERIAIS E MÉTODOS	11
2 DESENVOLVIMENTO.....	11
2.1 EMPREENDEDORISMOS E STARTUPS	13
2.2 MULHERES EMPREENDEDORAS	14
2.3 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE	19
2.4 EMPREENDEDORISMO NA COVID - 19 E SUAS DIFICULDADES	20
2.5 MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS DIFICULDADES DE MANTE- LAS.....	21
2.6 AS FACILIDADES PARA MANTER O SEU NEGÓCIO ABERTO POR MAIS TEMPO	22
2.6.1 Planejamento	22
2.6.2 Plano de negócios.....	23
2.6.3 Criatividade	24
2.6.4 Gestão de grupos.....	24
2.7 Entrevista	25
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
4 REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é um tema muito atual, que consiste em visualizar um problema ou uma ideia, e a partir disto, criar uma solução de maneira inovadora e sustentável. “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade” (Hisrich & Peter, 2004, p. 33).

Cada vez mais empresas estão precisando de um olhar clínico que todo empreendedor necessita. Por precisar de criatividade e inovação, empreender no mundo frenético de hoje gera mais empregos e riquezas para um país, devido ao grande leque de oportunidades e melhorias na sociedade.

Ser um empreendedor não é uma tarefa fácil, ainda mais nas micro e pequenas empresas, apesar de gerar ótimas oportunidades de emprego, a gestão dessas empresas deve ser baseada também nas partes teóricas e não somente na prática como muitos pensam. Abrir um negócio não consiste apenas em gerar uma página na internet e divulgar sua marca, envolve também técnica, estudo, qualificação e aprofundamento sobre o básico em começar o seu empreendimento.

Com todo o conhecimento adquirido, o empreendedor possa manter seu negócio a médio e longo prazo não só com o básico que ele possuía, mas com uma visão, planejamento e estratégia para se manter por muito tempo e em alto nível de produção e qualidade, entretanto tem empreendedores que não seguem essa linha e acabam porventura fazendo o seu empreendimento da sua própria maneira sem nenhum conhecimento sobre a sua gestão e, pode acarretar grandes desafios e dificuldades.

Pressupondo as características empreendedoras, onde se é necessário também possuir conhecimento técnico para desenvolver o potencial e características que minimize o risco de fechamento das empresas e realize procedimentos que impeçam esse risco.

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016) São José do Rio Preto, dentre diversos fatores, o que mais contribuiu para a taxa de mortalidade das empresas é a falta de conhecimento sobre o ramo. Essa pesquisa também aponta que 70% das empresas fecham em 5 anos de atividade.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Em uma época de pandemia, vários indivíduos precisaram se reinventar para sobreviver, gerando assim uma alta demanda de empreendedorismo por necessidade. Devido a esta onda, diversas pessoas enxergaram uma oportunidade de negócio. Apesar do crescimento do mercado empreendedor em uma era tão tecnológica, muitas empresas fecham por falta de uma boa gestão. Afinal, com muitas informações disponíveis e em fácil acesso, por que a incidência de morte de pequenas e microempresas ainda são grandes?

1.3 OBJETIVOS

Demonstrar a importância da busca de conhecimento de gestão e informações de mercado antes da abertura do negócio próprio.

1.3.1 Objetivos específicos

- Desvelar os motivos dos empreendedores não buscarem o conhecimento necessário para manter seu negócio;
- Identificar aspectos que facilitam e dificultam essa procura por informações;
- Identificar as mudanças que isso causa nas micro e pequenas empresas e nos empreendedores.

1.4 JUSTIFICATIVA

No atual cenário pós pandemia, onde o empreendedorismo cresceu gradualmente, com uma boa participação das mulheres, a fim de aumentar sua renda fazendo algo que goste e que se sinta bem.

Visando não só abrir um negócio, mas também mantê-lo, a proposta vem fazer também uma reflexão do porquê mediante a tantas informações disponíveis para negócio, as micro e pequenas empresas e os empreendedores acabam não adquirindo tais informações, fazendo com que feche antes mesmo de crescer; E compreender o mecanismo que devemos usar para combater esse problema.

1.5 MATERIAIS E MÉTODOS

Para o presente trabalho 21 artigos foram altamente analisados e se tornaram pertinentes ao assunto.

Foram utilizados para esse estudo pesquisas bibliográficas e, também uma entrevista no SEBRAE de São José do Rio Preto.

2 DESENVOLVIMENTO

É importante compreender alguns discursos e artigos sobre empreendedorismo antes de ser apresentado sobre o porquê mediante a tantas informações e recursos muitos empreendedores erram na hora de montar seu negócio, colocando os em risco antes mesmo de abri-lo.

Para isso, pode se dizer que o conceito de empreendedorismo pode variar de acordo com alguns pensadores.

Para Schumpeter (1988), “é um processo de “destruição criativa” através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos.”

Segundo Dornelas (2008) “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo assim alguns riscos.”

Já para Chiavenato (2004) o espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos e a dinâmica de ideias.”

Por isso empreendedorismo pode ser descrito como um mix de arte, criatividade e motivação. É ser proativo e intuitivo, é buscar o autoconhecimento e novas experiências.

O empreendedor quebra todo e qualquer tipo de paradigmas, e sua essência está justamente em inovar e mudar, e não temer o que há de novo. Então, ser empreendedor consiste acima de tudo concretizar novas ideias e sonhos, é impulsionar sua melhor ideia, e para isso não há limites de idade.

Embora o termo venha sendo tratado há séculos, foi na década de 80 que se popularizou, e hoje, vem ganhando seu espaço no país.

O empreendimento é muito importante para a economia e sem o espírito de liderar e empreender, o desenvolvimento econômico estaria diminuindo.

O empreendedor que consegue administrar seu negócio com maestria, está sempre preocupado em ser eficaz e eficiente.

Para Drucker (1998), “os empreendedores não causam grandes impactos e mudanças, mas criam e exploram as oportunidades que as mudanças criam, isso para ele é empreendedorismo.”

O Brasil é um dos países vanguardistas mais fortes se tratando de empreendedorismo, além do mais, é um país que possui um excelente clima e ótimas riquezas materiais o que favorece na hora de empreender.

Alguns obstáculos devem ser vencidos para que se possa ser um bom empreendedor, como por exemplo:

1. Autoconfiança, onde acreditar que seu negócio dará certo e confiar no seu talento, ajudam muito.
2. Necessidades de desenvolver abordagens próprias, criar métodos inovadores, se arriscar e sair do pensamento linear.
3. Disciplina, criar um roteiro, organizar seu dia e suas ideias.
4. Compartilhamento, compartilhar conhecimento e estratégias e buscar resultados, procurar conversar com outros empreendedores.

Segundo Chiavenato 2004, “em uma pesquisa feita em 2001, envolvendo 29 países entre a população de 18 a 64 anos que se dedicam a empreendedorismo, o Brasil ocupa o 5º lugar com, 14,2% da população. 15º no *ranking* do empreendedorismo por necessidade, segundo pesquisas da *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.”

Pessoa (2005) define em 4 os principais tipos de empreendedores e são eles: Corporativo, *Startup*, o Social e o tecnológico.

O empreendedorismo corporativo é a implementação de novas ideias, seja na empresa em que se encontra ou no seu próprio negócio.

O empreendedor *Startup* analisa o cenário do mercado, cria oportunidades e supre as demandas existentes, sempre buscando mostrar seu diferencial, através de ideias criativas e de seu jeito simples de se iniciar.

Já no processo de empreendedorismo social, sempre almeja o futuro, como promoções da qualidade de vida social e a sustentabilidade, é um misto de arte e nacionalidade.

Se tratando de sustentabilidade seja empresário ou empreendedor, precisa estar sempre correlacionado com o tema, pois pensar em sustentabilidade é expandir seu negócio de forma eficiente, economizar material, gerando assim menos despesas, como água, luz e material como propriamente dito.

E por fim, o empreendedor tecnológico, que visa estar sempre familiarizado com a tecnologia e o avanço global, desenvolvendo melhor visão para seu negócio.

Segundo Dornelas (2008), “as características dos empreendedores são visionárias, onde se tornam grandes decisões; São indivíduos que buscam fazer a diferença e dão o seu melhor, são determinadas e dinâmicas, dedicadas, otimistas e constroem o próprio destino, formando novas equipes e construindo Networking. Ou seja, não há nada que o empreendedor não possa fazer quando se busca essas características.”

Dentre todas as informações ditas, pode-se dizer que empreender consiste em despertar sua criatividade, ter um olhar visionário, impulsionar tomadas de decisão, conversar com mais pessoas para buscar algumas ideias e principalmente estudar seu público alvo.

2.1 EMPREENDEDORISMOS E *STARTUPS*

A economia e empreendedorismo são fortes aliados, juntos impulsionam o crescimento do mercado e oferece oportunidade de solução, tanto tecnológico quanto para a comunicação.

Na dura realidade que nos encontramos ter o diferencial ajuda na capacidade de aumentar as vendas. A grande quantidade de empresas que possuem o mesmo seguimento e produto potencializa a competitividade entre todos fazendo com que saiam da sua zona de conforto, aumentando a produtividade, aumenta também a velocidade em satisfação ao cliente.

Pode – se dizer que nem sempre o mais forte ou o mais inteligente sobrevive, mas o que melhor se adapta as mudanças e aos avanços tecnológicos. Ou seja, nem sempre a empresa mais antiga necessariamente terá a maior vantagem competitiva e nem pode – se dizer que durará muitos anos. Hoje uma empresa menor e mais nova de casa e com menos colaboradores pode superar o concorrente, isso se tiver uma ideia mais inovadora, flexível e a que melhor se adapta as tendências do mercado.

Um exemplo claro disso é a empresa *Kodak* que por anos foi a pioneira de vendas no seu setor e, mesmo assim veio a falência depois de décadas, isso porque não se adaptou as mudanças da tecnologia e se manteve na ideia inicial de ter máquinas fotográficas e filmes. Então podemos concluir que sua destruição foi o grande avanço das funções digitais e celulares potentes e inovadores.

Segundo Dornelas (2008) “a preocupação em criar uma empresa duradoura sem que se feche a curto prazo, tem sido o motivo para o tema empreendedorismo.” Exemplos disso, são as *Startups*, que pode – se dizer que pertence ao grupo de empreendedorismo por oportunidade. Ela é uma forma inovadora de se empreender, por seu jeito simples de se iniciar; muitos empreendedores buscam – as como forma de se iniciar o seu negócio.

De acordo com a MPES (Micro e Pequenas Empresas), os brasileiros estão mais receosos na hora de abrir seu negócio.

Esse medo é reflexo da economia e a não procura por informações, tornando o número de desempregados e a taxa de mortalidade das empresas maiores, abrindo espaço para que os colaboradores abram seu próprio negócio como nova fonte de renda, inovadora e idealista.

Por isso as *Startups* são consideradas empresas de nascentes tecnológicas, com caráter de inovação e criatividade, se arriscando, ousando e saindo do tradicional, atraindo muito os olhares dos investidores iniciais. Ela impacta diretamente nos produtos e serviços oferecidos, gerando crescimento e controle nos custos.

As *Startups* vêm crescendo cada vez mais, no Brasil por exemplo, esses números cresceram de 30,4% entre março e dezembro de 2015, chegando a quase 4,1 mil empresas em 2016. O número tende a ser superior ao dos anos anteriores, de acordo com a Associação Brasileira de Startups.

2.2 MULHERES EMPREENDEDORAS

Desde o início da humanidade, as mulheres são acostumadas a serem inferiorizadas em diversos aspectos em relação os homens. Devido à crença machista de que por serem mais frágeis e menores fisicamente, seus únicos deveres são maternidade, cuidados com o lar e afazeres domésticos. Isto é demonstrado ao longo da história, onde o dever do homem é sustentar não só financeiramente a família, mas

também todas as decisões que a envolve, tendo suas crenças e opiniões como absolutas.

Com o passar dos anos, o movimento feminista foi criado e é o principal responsável por diversas das vitórias que as mulheres conquistaram, como: direito ao voto, direito a ingressar no mercado de trabalho, ser fonte principal de renda financeira familiar e direito de escolha. Apesar de parecer ser o mundo ideal, o feminismo luta diariamente para que a igualdade e justiça entre gêneros seja cada vez mais presente na sociedade. Mesmo no século XXI, as raízes do patriarcado ainda são muito fortes, o que impacta diretamente na vida pessoal e profissional das cidadãs do mundo todo.

No empreendedorismo feminino, fica muito claro esta influência. De acordo com o estudo de Maria de Fátima Silva Porto (2002), as empreendedoras sofrem o peso da reação dos maridos e homens próximos, pelo ciúme, inveja e rivalidade.

“A relação estabelecida entre a mulher empreendedora e o marido tanto pode auxiliar no processo empreendedor, como pode se revelar um entrave. Muitas mulheres recorrem ao marido como fonte de recursos, apoiando e financiando suas ideias. A figura masculina também é comumente citada como conselheira na tomada de decisão”. (Dias; Borges; Custódio 2014).

Além de enfrentarem este embate direto com empreendedores masculinos, outra dificuldade que é bastante recorrente é a de cuidados com a casa e com os filhos. É raro conhecer homens que prefiram largar o emprego para realizar os afazeres domésticos e educar as crianças, já que estes papéis são historicamente destinados as mulheres. De acordo com a matéria de Karina Trevisan para a G1 em 2019, e dados levantados pela Catho em 2018, cerca de 30% das mulheres decidem deixar o mercado de trabalho após se tornarem mães. Essa proporção em relação aos homens é de 1/4, ou seja, apenas 7%. Essas demandas que as são atribuídas, em grande parte ocorrem sem a cooperação do parceiro(a), tornando o tempo disponível inviável para se trabalhar fora de casa, estudar ou até mesmo, se divertir.

Imagem 1

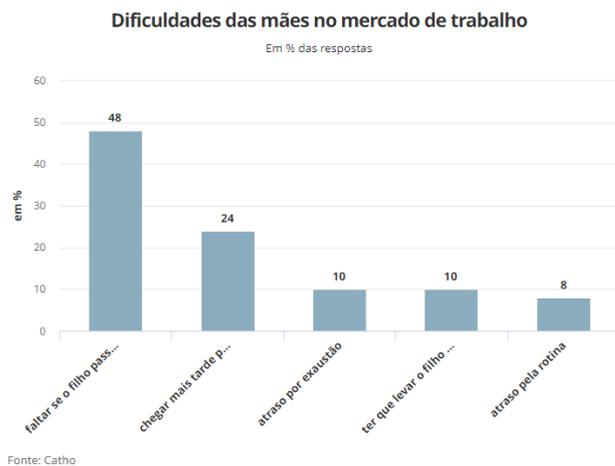


Imagem 2



Fonte: SEBRAE

Em busca da própria liberdade financeira e da conciliação das inúmeras funções muitas mulheres possuem, elas decidem empreender. Geralmente, começam com algo que pode ser feito sem sair de casa, de maneira informal como por exemplo, venda de roupas, vendas no segmento alimentício, artesanato e também no ramo de beleza. Com o crescimento das vendas, é possível abrir estabelecimentos físicos e regulamentar o empreendimento (MEI), o que o torna de fato, um empreendimento rentável e passa a ser, um trabalho. O próprio trabalho. Embora estas áreas sejam a de grande atuação feminina, há poucas inovações e novidades, o que os transformam em negócios com poucos valores agregados, como é demonstrado na imagem a seguir:

IMAGEM 3

Muita necessidade e negócios com menos valor agregado

Elas empreendem por necessidade

82%

por necessidade/
falta de emprego

69%

para fazer diferença
no mundo



Estão em atividades com pouca inovação

12%

serviços domésticos

11%

cabeleireira/beleza

10%

serviços de alimentação



Resultados são:

- negócios mais vulneráveis
- produtos com menos valor agregado, impactando, portanto, em um menor faturamento

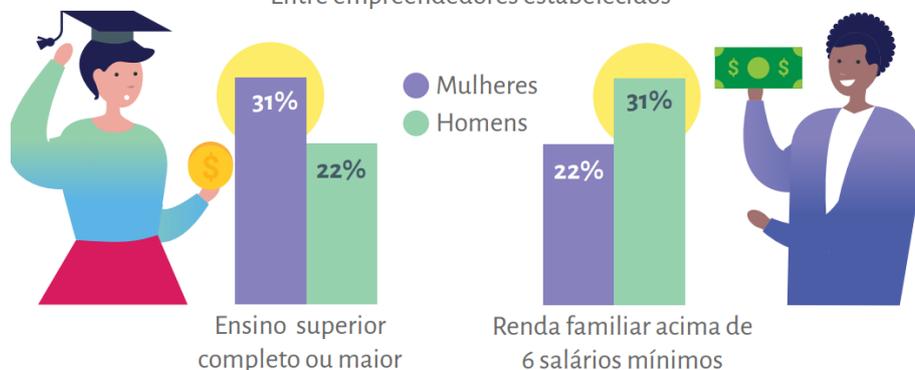
Fonte: SEBRAE

Apesar do número de mulheres empreendedoras terem batidos muitos recordes nos últimos anos, em relação a números, elas ainda ficam atrás dos homens, mesmo estudando mais que eles. Segundo a pesquisa GEM 2020, 31% das mulheres possuem ensino superior completo ou maior e apenas 22% têm renda família acima de 6 salários-mínimos. Somente 22% dos homens possuem ensino superior completo ou maior e 31% deles tem renda familiar maior que 6 salário-mínimo.

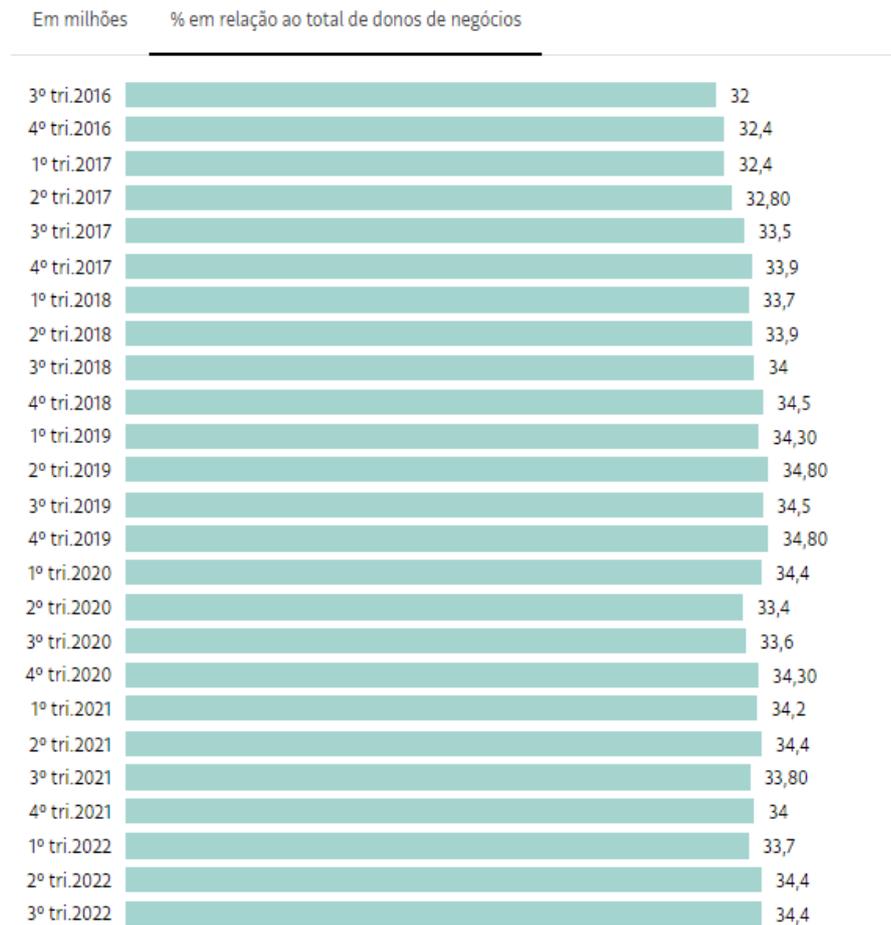
IMAGEM 4

Apesar de estudarem mais, mulheres têm renda menor

Entre empreendedores estabelecidos



Fonte: SEBRAE

IMAGEM 5**Brasil tem recorde de mulheres donas de negócios****4º tri.2019**

Pré-pandemia

3º tri.2022

Número recorde

Fonte: Sebrae, a partir de microdados do IBGE OBS.: a definição de donos(as) de negócios reflete a soma de empregadores(as) e trabalhadores(as) por conta própria

Diante dos fatos, é possível notar a diferença de privilégios entre empreendedores e empreendedoras. Muitas mulheres começam a empreender por necessidade ao invés de empreender por oportunidade, o que justifica também este abismo em relação aos homens. Contudo, elas ainda lutam todos os dias para deixar sua marca no mundo e conseguir direitos iguais entre ambos os gêneros.

2.3 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

O empreendedorismo pode surgir de 2 formas: Por oportunidade e por necessidade.

Dornelas (2005, pag.28) nos mostra a definição e a diferença entre eles.

O empreendedorismo por oportunidade é dado para ele como o empreendedor que é visionário, sabe bem aonde quer chegar, cria a empresa pensando no planejamento prévio, visa gerar lucros e, está ligada ao crescimento econômico.

Já o empreendedorismo por necessidade se vê como algo que se precisa muito no momento, que supra suas necessidades, ou seja, quando não se tem mais opções, seja por motivos de falta de trabalho ou por fatores pessoais, visando a obtenção de bom rendimento o empreendedor por necessidade tem como motivação ser autônomo e obter seu próprio negócio. Além disso, essas ações não estão ligadas somente a problemas comportamentais e motivacionais, mas também econômico, ainda mais no atual cenário que nos encontramos, onde as empresas por oportunidades tendem a estarem em evidência, principalmente por países mais desenvolvidos, enquanto a por necessidade em países em subdesenvolvimento.

Abrir uma empresa não é uma tarefa fácil, envolve muito estudo, pesquisa, bastante divulgação e marketing, organização, dedicação e planejamento, como por exemplo o plano de negócios, que além de muito interessante, impulsiona melhor administração para seus negócios.

É uma ferramenta de suma importância na abertura de uma empresa, é utilizada pelos dois tipos de empreendedores, mas está mais presente nos empreendedores por oportunidade.

O plano de negócio é formado por: Capa, sumário, sumário executivo, análise estratégica, descrição das empresas, produtos, serviços, plano operacional, recursos humanos, análise de mercado, estratégia de *marketing*, planos financeiros e mais. Ele também auxilia na melhor escolha de lugar para a empresa e muito mais, por isso realizar pesquisas e montar seu plano de negócio é primordial para o início do projeto.

2.4 EMPREENDEDORISMO NA COVID - 19 E SUAS DIFICULDADES

De 2019 para cá vivenciamos a Covid – 19, uma pandemia que trouxe devastações horríveis ao mundo, tanto na saúde, quanto na economia, mudando drasticamente esses setores.

Na saúde, foram confirmadas 698.047 mortes pela doença no Brasil e, no setor financeiro, milhões de desempregados. Uma doença que nunca havia sido falada e nem se tinha relatos.

Por isso, para sobreviver na pandemia, as empresas tiveram que se inovar usando a tecnologia a seu favor, as que não utilizaram deste método, infelizmente foram forçadas a fechar.

Desde então a expressão “*Home Office*”, ou seja, o trabalhar de casa se popularizou de vez, já que assim também se preserva a saúde dos colaboradores.

O empreendedorismo por necessidade cresceu significativamente já que muitos perderam seus empregos, pois diversos setores como por exemplo a produção não puderam utilizar do *Home Office*, forçando algumas empresas a darem férias coletivas aos colaboradores ou muitos acabaram sendo demitidos.

Mediante ao cenário, a venda pela internet cresceu muito, não só para os microempreendedores, mas também para médias e grandes empresas, que tiveram como estratégias usar o e-commerce que é a venda dos produtos online.

Essa ideia viralizou e, alguns setores tiveram aumento de contratações como por exemplo os entregadores de comida, a farmácia e os mercados também tiveram um aumento nas vendas, optando por mantê-las online.

O contexto se popularizou tanto, que algumas empresas nem mesmo retornaram a forma física, se mantiveram apenas pela internet, isso trouxe muitos benefícios para eles, como diminuição de aluguel, afinal não precisariam de espaço físico, redução de água, luz, telefone e até mesmo com vale transporte, já que seus colaboradores estavam em casa.

Ou seja, mediante a todos esses cenários, a Covid – 19 devastou sim muitas empresas e, os empreendedores que não se inovaram e se permitiram terem um olhar diferenciado puderam lucrar e se manter em pé.

Por isso hoje os consumidores se tornaram mais seletivos ao escolherem seus produtos e estão cada vez mais digitais e, se antes a internet era crucial aos negócios, hoje virou um item de necessidade indispensável.

Contudo, o mercado de trabalho mudou, mas a inovação e globalização continuam sendo as peças-chaves para se manter competitivos nos negócios, gerando lucro e tornando sua empresa ativa, mesmo passando por períodos turbulentos, de incertezas e insegurança, ou seja, se mantêm de pé aquele que melhor usa a tecnologia ao seu favor e o que mais for resiliente.

2.5 MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS DIFICULDADES DE MANTE-LAS

Ao se iniciar um negócio, o empreendedor é impulsionado e motivado por seus sonhos e ideias iniciais, mas com o passar do tempo pode – se perceber que esse sonho quando não planejado, pode vir a ser um pesadelo. Dúvidas e incertezas vão surgindo, tornando o negócio pouco provável de se manter.

Diversos são os motivos que consistem no fechamento das empresas pouco antes de serem abertas, entre eles o que mais impacta é a falha humana, como por exemplo: A má gestão, erros na hora de inovar, falha de comunicação entre líderes e colaboradores, dívidas financeiras e a falta de planejamento.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) de 2005 confirma que, entre os anos de 2000 a 2002, 42% das empresas não se mantiveram por 5 anos, enquanto 3% possuem mais tempo de mercado.

Já o SEBRAE (2016) revela em suas recentes pesquisas que cerca de 70% das empresas não duram 5 anos. Números esses expressamente superior ao do IBGE de 2005, o que confirma que 30% das empresas estão entre os motivos citados anteriormente e, que a falta de planejamento inicial coloca em risco todos os anos em ativo de uma empresa. Por esta razão é muito importante realizar pesquisas, montar seu plano de negócio, conciliar os departamentos da empresa e, principalmente acertar na hora de selecionar os candidatos para o setor de Recrutamento e Seleção, manter-se em constante harmonia com seu sócio também é de suma importância.

Compreender as dificuldades pela qual a empresa está passando e departamentalizar as informações da empresa, alinhando corretamente com todos os colaboradores,

gerir de forma justa, ser adepto as novas mudanças e de se policiar corretamente sobre seus débitos financeiros ajudara a empresa a ter chances de permanecer ativa por mais tempo.

2.6 AS FACILIDADES PARA MANTER O SEU NEGÓCIO ABERTO POR MAIS TEMPO

Em contrapartida das dificuldades enfrentadas por novos empreendedores, há métodos que auxiliam na saúde e preservação da empresa, que podem ser aprendidos através de vídeos e publicações na internet de forma gratuita ou até mesmo em cursos pagos, que oferecem um conteúdo muito mais completo. Estes métodos e hábitos são: Plano de Negócios, Planejamento e Criatividade.

2.6.1 Planejamento

Quando as pessoas pensam em abrir um novo negócio, elas deveriam pensar imediatamente no planejamento, pois, é este passo essencial que guia toda a trajetória e sucesso do empreendimento. Com ele, é possível saber se a área em que o empreendimento é viável e rentável, ajuda na criação de metas a curto e longo prazo, também auxilia a prever possíveis problemas, diminuindo os riscos e maximizando as oportunidades.

O primeiro passo para se fazer um bom planejamento empresarial conhecer o mercado, os concorrentes e os consumidores. É importante saber como o ramo do negócio está atualmente, se ele cresceu ou diminuiu, se ele é rentável e viável, as tendências que giram em torno dele. Após conhecer o mercado, está na hora de investigar os concorrentes. Descobrir quais são os pontos fortes dele, quem ele procura atingir, o que ele faz de diferença na sociedade. Por último, conhecer os consumidores, saber quais são suas expectativas, preferências, seus hábitos e o que a sua empresa pretende vender para agradá-los. Uma ótima ferramenta para isto, é a *Análise SWOT*.

O segundo passo é a definição de objetivos específicos. É necessário definir metas específicas para saber exatamente onde a empresa quer chegar e em qual tempo o empreendedor quer que isto aconteça. Para isso, é necessário definir metas

bem realistas, para que não haja frustrações e com um prazo para “terminar”, pois é dentro de um prazo que a meta é finalizada. Metas não são vitalícias. Deste modo, fica muito mais fácil de enxergar o objetivo final e o funcionamento da empresa em relação as expectativas do empreendedor.

O terceiro passo é o plano de negócios. Este é o passo que vai te mostrar os seus objetivos e o que pode ser feito para alcançá-lo, dentro dos recursos que a empresa já possui. Este passo é de fato o que as estratégias e ajuda o empreendimento a se manter vivo de maneira mais saudável e por mais tempo. Ele será detalhado no item 2.6.2. Por fim, é importante monitorar o funcionamento do empreendimento durante todo o tempo, para saber se está ocorrendo dentro ou fora do planejamento e se está perto de ter o seu objetivo alcançado.

É fundamental lembrar que o planejamento inicial não deve ser visto como uma regra. O objetivo dele é auxiliar no funcionamento e na execução das metas criadas, mas, se ao longo do tempo haver mudanças de tendências, objetivos ou se as estratégias não estiverem funcionando como o esperado, o planejamento pode e deve ser alterado, para que o objetivo se cumpra de uma maneira mais eficiente.

Somente com bastante planejamento é possível saber se o negócio poderá ser viável e saudável, que é o objetivo final de toda empresa.

2.6.2 Plano de negócios

O plano de negócios é muito importante na hora de se iniciar um negócio, auxiliando positivamente nos aspectos financeiros, influenciando até mesmo no local que se sua empresa deve ficar para obter resultados, no faturamento mensal e até mesmo se seu negócio está lucrando ou não, ou seja, é um aliado indispensável para se obter lucro.

Um plano de negócios pode impulsionar o lado mais criativo de um empreendedor, gerando iniciativas inovadoras e mantendo contato entre empresário e empresa. Em sua boa estrutura deve conter: Missão, visão, valores, objetivos a longo prazo, análise de concorrentes, preço de custo, preço de venda, marketing, depreciação e análise de público-alvo. Fatores esses que geram uma boa qualidade

de vida para sua empresa e seus negócios e quando bem executadas podem resultar positivamente em seus negócios.

Para isso é preciso rever suas estratégias para que seus objetivos cheguem até o consumidor final, de maneira positiva, podendo ser até um processo simples, obter resultados rapidamente ou, até mesmo extenso, onde pode demorar um pouco mais para se obter lucro.

2.6.3 Criatividade

A criatividade é um gatilho para qualquer pessoa começar a empreender, baseando-se no empreendedorismo por oportunidade, em inovar um negócio já consolidado, usando de sua ideia nova de maneira que nenhum outro empreendedor pensou anteriormente. Por onde possa-se instigar a mergulhar em uma gama de informações visando ampliar a imaginação, fortalecendo seu senso criativo, gerando assim um negócio inovador, cativante e seguro nas pesquisas de mercado na qual a ideia se encaixaria em um contexto sociocultural atual, absorvendo os conhecimentos e se preparando para abrir o seu projeto com total segurança e integralidade no seu empreendimento.

2.6.4 Gestão de grupo

Empresas são grupos de pessoas que tem um objetivo em comum. Dentro destes grandes grupos que são todos os colaboradores, existem os pequenos grupos ramificados com determinadas funções, ou seja, os departamentos. São sistemas que juntos formam uma só unidade.

É de extrema importância encontrar pessoas que não possuam apenas competências técnicas, mas sim competências emocionais, que garantam uma boa convivência com os demais.

Toda empresa deve trabalhar junta para que a missão, visão e valores seja atendida de forma eficiente.

Para isto, é fundamental que os próprios funcionários se deem bem entre si, para manter um bom clima organizacional e um ambiente de trabalho mais humano.

Toda esta visão começa no RH e, é na entrevista que o recrutador conhece o candidato mais a fundo. Manter bons líderes e gestores, melhora também no nível de produção e na forma Organizacional.

Cabe ao profissional de RH fazer uma análise criteriosa na hora de fazer o Recrutamento e Seleção, pois observar o comportamento do entrevistado, o seu modo de agir, de falar e até seu estilo musical pode ocasionar na tomada de decisão. A análise Swot, a análise 360º e pesquisas de clima também contribuem para tal fato.

2.7 ENTREVISTA

A presente pesquisa de campo consiste em uma entrevista de 07 questões elaboradas em conjunto entre os autores e baseadas em pesquisas do SEBRAE. Os dados foram obtidos através do R.A (responsável pelo SEBRAE São José do Rio Preto) onde conclui-se os seguintes resultados:

- 1- Baseado nos dados abaixo sobre o fechamento das empresas, essas informações ainda são válidas? Ou houve alterações?

IMAGEM 6



RA: *Essas informações ainda estão corretas, mas a falta de planejamento inicial juntamente com a falta de planejamento financeiro são as maiores causas de uma empresa ou microempresa fecharem.*

- 2- Mediante à tantas informações, cursos e palestras promovidas sobre empreendedorismo, por que os empreendedores e os microempresários “pecam” nesse sentido, fazendo com a durabilidade das empresas não permanecem por muito tempo? Por que essa mortalidade é grande?

RA: *A ansiedade de se abrir um novo negócio visando um lucro imediato, sem um planejamento inicial, fazem com que eles não busquem as informações, cursos ou atividades para se manter no mercado. E os MEI tem uma taxa maior de quebra e falta de busca de informação.*

- 3- Quais os cursos e palestras são oferecidas por vocês?

RA: *Descomplique sua empresa, Atualização em Empreendedorismo, Empreender na prática, Controle de gastos no comércio, entre diversos outros cursos voltados para as mais variadas áreas de gestão.*

- 4- Desde suas pesquisas sobre a mortalidade de pequenas empresas e microempreendedores, vocês perceberam uma mudança nesse número, tanto positiva quanto negativamente?

RA: *Eu não consigo te passar uma perspectiva mais assertiva pois precisaria de dados mais atuais.*

- 5- Dos alunos que cursam empreendedorismo nessa unidade, a maioria são homens ou mulheres? A diferença é muito grande?

RA: *A maioria dos nossos alunos são mulheres com uma diferença relativamente grande para com os nossos alunos homens.*

- 6- Qual mídia é usada por vocês para a divulgação dos cursos e informações sobre o tema é responsável pela captação de novos alunos? (Rádio, internet, tv, redes sociais, panfletos etc.)

RA: *As mídias mais usadas para realizar as divulgações das informações e produtos são: as redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), contendo um posto em cada cidade da região do interior de São Paulo (contendo mais de 45 cidades) com atendimento presencial e via telefone, ajudando qualquer um que estiver interessado. Uma*

atenção especial para a televisão, com propagandas em diversas emissoras, dentro do horário nobre, entre outros.

7- Dos alunos que se formam a partir do curso a margem de estruturação do seu negócio é positivo ou negativo?

RA: O saldo é positivo, com uma boa margem de aprovação para com o resultado da estruturação das empresas após a conclusão dos cursos ou acesso as informações obtidas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão bibliográfica e da pesquisa de campo foi observado que mesmo com a era da tecnologia, com informações disponíveis, o que fazem as empresas fecharem é a ansiedade de colocar as ideias em prática o mais rápido possível e que, principalmente, a falsa ilusão de que apenas saber produzir o serviço/produto com qualidade é o suficiente para se manter vivo.

Para isso, podemos destacar que, é possível manter seu negócio ativo por muito mais tempo, fazendo com que a taxa de incidência de morte das empresas que não se mantêm por mais de 5 anos caia gradativamente.

Para se concluir a presente pesquisa, é preciso investir em cursos e palestras sobre empreendedorismo, analisar corretamente o plano de negócios, se inovar tecnologicamente, usar o marketing criativo, estudar seu concorrente fazendo uma boa análise SWOT, investir em um ótimo preço de produtos com excelência em qualidade.

4 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Pedro Correia. O empreendedorismo em tempos de pandemia: impacto da pandemia da Covid-19 nas taxas de empreendedorismo do Brasil no ano de 2020. 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BARLACH, Lisete. A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CECCONELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. A construção do plano de negócio. Saraiva Educação SA, 2017.

DA SILVA, Mariana Santos; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

DA SILVA CARREIRA, Suely et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

FERREIRA, L. F.; SANTOS, Silvio Aparecido dos. Mortalidade precoce: uma análise das micro e pequenas empresas de São Paulo. **Acesso em**, v. 23, 2017.

<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/05/10/pesquisa-mostra-que-30percent-das-mulheres-deixam-trabalho-por-cao-da-filhos-homens-sao-7percent.ghtml>

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/infografico-sebrae-delas,84c794b25132f710VgnVCM10000d701210aRCRD>

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/03/mulheres-donas-de-negocios-batem-recorde-no-brasil.shtml>

KALAKI, Rayanne Rodrigues. A inteligência emocional no empreendedorismo feminino em tempos de pandemia. 2021.

LEANDRA, Jéssica Franciele Rodrigues Azevedo et al. O EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: ANÁLISE DOS NÚMERO DE NOVOS MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2020 E 2021. **Revista Científica da Faculdade Quirinópolis**, v. 2, n. 12, p. 7-30, 2022.

MIZUMOTO, Fábio Matuoka et al. A sobrevivência de empresas nascentes no estado de São Paulo: um estudo sobre capital humano, capital social e práticas gerenciais. **Revista de Administração**, v. 45, n. 4, p. 343-355, 2010.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETTO, Dennys Eduardo. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 1-12, 2020.

NOGUEIRA, Mateus Henrique; DE FREITAS BORGES, Guilherme. 07) Por que as Empresas “Fecham as Portas”? Compreendendo a Mortalidade de Empresas Locais. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia| RBGE| ISSN 2237-1664**, v. 6, n. 1, p. 118-133, 2015.

SANTANA, Mateus Miranda. **Empreendedorismo por oportunidade ou necessidade? Uma análise dos perfis dos empresários participantes do programa SEBRAE-mais/RN**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. Administração.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5, n. 8, p. 150-165, 2017.

SANTOS, Ramaiane Costa; DO SACRAMENTO, Sandra Maria Pereira. O antes, o depois e as principais conquistas femininas. **Anagrama**, v. 5, n. 1, p. 1-10, 2011.

SILVEIRA, Thayane Santos; PASSOS, Dante Flávio Oliveira; MARTINS, Igor. Empreendedorismo X startup. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 3, n. 2, p. 304-322, 2017.

STANGHERLIN, Aline; JOÃO, Daniel de Moraes; OLIVEIRA, Nara Delazeri de. Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia da Covid-19. **Santa Maria, FAPERGS**, 2020.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, p. 44-64, 2016.