

**FACULDADE DOCTUM DE VITÓRIA – DOCTUM
CURSO ADMINISTRAÇÃO**

**ALAN AUGUSTO DA PENHA
JULYEVERSON PEREIRA
RAFAEL LUCIANO**

**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESPIRITO
SANTO: UM ESTUDO DE CASO NA LIVRARIA CANTARES**

VITÓRIA, ES
2017

**ALAN AUGUSTO DA PENHA
JULYEVERSON PEREIRA
RAFAEL LUCIANO**

**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESPIRITO
SANTO: UM ESTUDO DE CASO NA LIVRARIA CANTARES**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade Doctum de Vitória,
como requisito para obtenção do Título de
Bacharel em Administração.

VITÓRIA, ES
2017

**ALAN AUGUSTO DA PENHA
JULYEVERSON PEREIRA
RAFAEL LUCIANO**

**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESPIRITO
SANTO: UM ESTUDO DE CASO NA LIVRARIA CANTARES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Doctum de Vitória, como requisito para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Aprovado em _____ de _____ de 2017.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Marcos Correia
Faculdade Doctum de Vitória
Orientador (a)

Prof. Paula Jenaina Costa
Faculdade Doctum de Vitória

Prof. Sheyla Valkiria Passoni
Faculdade Doctum de Vitória

O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESPIRITO SANTO: UM ESTUDO DE CASO NA LIVRARIA CANTARES

Alan Augusto da Penha¹ – empalan@hotmail.com

Rafael Luciano¹ – lucianorl@hotmail.com

Julyeverson Pereira¹ - julyeverson.pereira@loginlogistica.com.br

Prof. Marcos Correia

(orientador)marcos.correia@octum.edu.br

RESUMO

O artigo apresenta dados das micro e pequenas empresas capixabas e as características do empreendedor como fator determinante no processo de sobrevivência e evolução da micro e pequena empresa. Tem por objetivo esclarecer e expor a importância das MPEs no estado e das principais características que influenciam nas atitudes tomadas no dia a dia das empresas, apontando seu crescimento. Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, de caráter documental, com dados principalmente do SEBRAE e pesquisas bibliográficas para embasamento, além de uma pesquisa-questionário realizada em uma pequena empresa: a Livraria Cantares. Citar as características primordiais para o empreendedor de sucesso, diante dos resultados obtidos e entender que as MPEs são essenciais para economia capixaba e sem essas características dificilmente o empreendedor ou a instituição conseguirá sobreviver e evoluir em um cenário mercadológico tão disputado e competitivo.

Palavras-Chave: Características do empreendedor. Mercado capixaba. Micro e pequena empresa.

ABSTRACT

The article presents data from the micro and small capixabas companies and the characteristics of the entrepreneur as a determining factor in the process of survival and evolution of micro and small enterprises. It aims to clarify and expose the importance of MSEs in the state and the main characteristics that influence the attitudes taken in the day to day of the companies, pointing out their growth.

¹ Graduandos em Administração, pela Rede Doctum de Ensino/Vitória, 2017.

This is an exploratory and descriptive study, with a documentary character, with data mainly from SEBRAE and bibliographic research for foundation, besides a research-questionnaire carried out in a small company: Livraria Cantares. To mention the main characteristics for the successful entrepreneur, given the results obtained and to understand that SMEs are essential for the economy of Espírito Santo and without these characteristics, hardly the entrepreneur or the institution will be able to survive and evolve in a market scenario so disputed and competitive.

Keywords: Characteristics of the entrepreneur. Market capixaba. Micro and small business.

1 INTRODUÇÃO

Nos tempos atuais para se mostrar competitivo e ganhar destaque no mercado, as empresas e principalmente as micro e pequenas tem que apresentar um empreendedor com perfil diferenciado que busque sempre o aperfeiçoamento e o aprimoramento de suas atitudes e características, procurando inovar, se desenvolver e capacitar-se.

O tema Empreendedorismo tem sido de grande força global, sendo disseminado com uma grande velocidade e que está em constante pesquisa e aperfeiçoamento. Os empreendedores a frente dessas empresas, devem ter um perfil altamente capaz de suprir as demandas existentes e os obstáculos que não são poucos. Diante disso existem os mais variados tipos de empreendedores, que já identificados se demonstram cada vez mais evidentes, visto que para se obter sucesso em um cenário tão caótico e complicado que o mercado tem passado somente os que possuem características fortes é que sobrevivem aos desafios encontrados diariamente.

As MPEs que são classificadas pelos principais órgãos do nosso país em quesitos diferentes, são as mais atingidas por fatores que requerem as decisões de seus empreendedores, por se tratarem diretamente em sua grande maioria da dependência deste em praticamente todas suas tarefas, principalmente no início.

Na economia brasileira e principalmente capixaba elas vêm se demonstrando de suma importância na geração de renda e emprego. Apesar dos avanços feitos em questões legais e burocráticas nos últimos anos, as MPEs têm um cenário delicado,

se tratando do alto índice de mortalidades das micro e pequenas empresas, que tem se constatado ao longo dos anos. Logo se faz necessário que os empreendedores apresentem características que indiquem um perfil vencedor, demonstrando através de ações e atitudes que os levam a sobreviver e evoluir sua empresa.

Neste artigo será apresentado a importância dessas características no processo de sobrevivência e evolução da empresa, baseando se em pesquisas bibliográficas e um questionário em uma pequena empresa, com o objetivo de evidenciar as características essenciais para o sucesso de um empreendimento.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo visa dar embasamento teórico ao tema tratado nesse trabalho de conclusão de curso, utilizando de artifícios concretos e fundamentados para o desenvolvimento dos objetivos do mesmo.

2.1 EMPREENDEDORISMO

No dicionário a palavra empreendedorismo é definida como “Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração”. Deste modo empreendedorismo é a atitude do empreendedor. O surgimento de um novo negócio vem do dia a dia do empreendedor, analisando e observando as situações e ambientes do cotidiano, da percepção e análise das atividades e desenvolvimentos, afirma Bernardi (2007).

Segundo definição de Barreto (1998, p.190) “empreendedorismo é a habilidade de se conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada”, assim Barretos evidencia a enorme importância do trabalho, além da capacidade de aperfeiçoar recursos.

Nos dias atuais existe um crescente interesse nacional e internacional sobre o tema empreendedorismo. Mesmo com todo esse interesse, não existe ainda uma definição consistente e internacionalmente aceita. O desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo (HISRICH e PETERS, 2004).

O empreendedorismo brasileiro tem início na década de 90, durante a abertura da economia brasileira. Com a entrada dos fornecedores estrangeiros no mercado e controlando nossos preços, vários setores não conseguiam competir com os produtos importados, resolveu então, elaborar novos planos, gerenciar novos projetos e abrindo novos negócios e oportunidades em volta de produtos de variadas competências. Entre os muitos caminhos que o empreendedor possui, diversos brasileiros se envolveram ao ramo e construíram seus próprios negócios.

Logo, é fatídico que o progresso é contínuo, e aquele que não se antecipa ao futuro, as mudanças que ocorreram, está condenado ao fracasso. Os sucessos no ramo empreendedor são para as pessoas que tem a consciência que é um processo de aprimoramento contínuo. Sendo assim, para se manter no mercado, é necessário um espírito empreendedor. Acredita-se que a melhor ferramenta para solucionarmos os grandiosos problemas socioeconômicos que o Brasil passa são as atitudes dos empreendedores, liberadas pela sua criatividade e iniciativa para produzir bens e serviços cada vez mais competitivos e inovadores, gerando emprego e renda para a sociedade.

2.2 O PERFIL DO EMPREENDEDOR

As razões do desenvolvimento e evolução do empreendedorismo são demonstradas a origem do seu potencial e o perfil do empreendedor.

Para Drucker (2002, apud. PEREIRA 2011, p. 06).

Os empreendedores são pessoas que inovam. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

Essa definição traz uma importante definição: a da inovação, que juntamente a oportunidade, auxilia no desenvolvimento do empreendedorismo voltando para a adaptação das rápidas mudanças que ocorrem no imenso mercado global, inclusive na sociedade como um todo.

Para Pereira (2011), os empreendedores buscam sempre a inovação, com base na ética e na criação de novos empregos. Esses inovadores se baseiam em exemplos familiares ou grandes líderes para tomarem suas iniciativas de trabalho.

Portanto, é possível a formação de novos empreendedores em escolas especializadas, mas é mais comum que surjam quando a base de criação seja empreendedora, na convivência com outros empreendedores.

Diante dessas influências, Pereira (2011) as classifica em três níveis, sendo o primeiro nível de influências familiares, com maior força e convivência, o segundo nível de influências de atividade, como no exercício do trabalho e nos estudos, e a terceira força de influências criadas por cursos, feiras, congressos e demais atividades extracurriculares voltadas para o campo do empreendedorismo.

Sendo assim, é possível compreender que o empreendedor é aquele que busca sempre inovar, tendo como base quase sempre uma experiência anterior, de pessoas a qual admirava anteriormente ou de familiares, que em todo caso, quer seja pela cultura a qual está inserida ou buscando encontrar oportunidades de negócios em meio às experiências. Assim, motivação vem de fatores externos, ou seja, o meio em que está inserido.

2.3 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Na abordagem abaixo sobre os tipos de empreendedores, não existe um senso comum, quando falamos em empreendedores, não existe um padrão ou apenas um único tipo. Logo, torna-se empreendedor é alcançável a qualquer pessoa.

Dornelas (2005) classifica sete tipos: O Empreendedor Nato, o que Aprende, o serial, o corporativo, o social, o Empreendedor por Necessidade e o Empreendedor Herdeiro.

O Empreendedor Nato ou Mitológico Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. Em países ocidentais, esses empreendedores natos são, em sua maioria, imigrantes ou seus pais e avós o foram. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmos acabam por se tornar uma grande referência. Se você perguntar a um empreendedor nato quem ele admira será comum lembrar da figura paterna/materna ou algum familiar mais próximo ou, em alguns casos, não haver algum exemplo específico para citar. Exemplos: Bill Gates, Andrew Carnegie, Sílvio Santos, Irineu Evangelista de Souza (Barão de Mauá) etc. (DORNELAS, 2005, p.12).

O empreendedor que Aprende ou Inesperado tem sido em nossa sociedade o mais comum, são as pessoas que não esperam e de repente se deparam com uma oportunidade (DORNELAS, 2005).

O empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação. Como geralmente é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Normalmente está atento a tudo o que ocorre ao seu redor e adora conversar com as pessoas, participar de eventos, associações, fazer networking. Para esse tipo de empreendedor, a expressão “tempo é dinheiro” cai como uma luva. Geralmente tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas. Ao concluir um desafio, precisa de outros para se manter motivado. Às vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio (DORNELAS, 2005, p.13).

O Empreendedor Corporativo tem ganhado força nos últimos anos, onde as empresas têm notado a necessidade desse perfil em suas organizações. Eles trabalham de olho nos resultados para evoluir e crescer nas empresas. (DORNELAS, 2005).

O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios. Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial e, principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, têm um papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas. (DORNELAS, 2005, p.14).

O Empreendedor por Necessidade cria o próprio negócio por falta de alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido (DORNELAS, 2005).

O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. Mais recentemente, porém, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, através da contratação de executivos de mercado para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa. O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. Isso tem sido cada vez mais difícil. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, de mudar as regras do jogo. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro. Mais recentemente, os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com o futuro de seus negócios, têm optado por buscar mais apoio externo, através de cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares, com o objetivo de não tomar decisões apenas com base na experiência e na história de sucesso das gerações anteriores. (DORNELAS, 2005, p.15).

2.4 DEFINIÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPES)

De acordo com a Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas de 14 dezembro/2006, são consideradas micro e pequenas empresas as que possuem um faturamento anual de no máximo R\$ 360.000,01 a 3,6 milhões.

Segundo o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas (2010), outro limitante para que se enquadre é o número de funcionários, podendo empregar até nove pessoas no caso do comércio e serviços, ou até 19, em caso de setor industrial ou de construção. As pequenas são tem por definição a empregabilidade de 10 a 49 pessoas, no caso de comércio e serviços, de 20 a 99 pessoas quando for indústria e construção.

Já para o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES 2010), uma microempresa apresenta um valor menor ou igual a R\$ 2,4 milhões e uma

pequena empresa necessita ter receita bruta anual de Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões.

2.5 MPES NA ECONOMIA BRASILEIRA

Nos anos 70 as micro e pequenas empresas brasileiras não tinham tanta representatividade no mercado brasileiro como nos dias atuais, perdendo espaço para as grandes empresas. Com o passar dos anos essa realidade foi aos poucos sendo alterada, com um mercado altamente competitivo e um mundo cada vez mais globalizado, a praticidade e agilidade ganhou espaço a cada dia, fazendo com que as pequenas empresas ganhassem espaço na economia.

No Brasil as taxas de mortalidade das MPEs têm se mostrado muito elevada, fazendo com que precocemente elas tenham que fechar, afetando assim principalmente a economia local.

Chiavenato (2008, p.15), expõe alguns fatores e falhas que possivelmente influenciam os índices de mortalidade dos negócios, citados a seguir:

Quadro 01 – Fatores de Mortalidade

Inexperiência – 72%	<ul style="list-style-type: none"> - Incompetência do empreendedor - Falta de experiência no campo - Falta de experiência profissional - Experiência desequilibrada
Fatores Econômicos – 20%	<ul style="list-style-type: none"> - Lucros insuficientes - Juros Elevados - Perda de mercado - Mercado consumidor restrito - Nenhuma viabilidade futura
Vendas Insuficientes – 11%	<ul style="list-style-type: none"> - Fraca competitividade - Recessão econômica - Vendas Insuficientes - Dificuldade de estoques
Despesas Excessivas – 8%	<ul style="list-style-type: none"> - Dívidas e cargas demasiadas - Despesas operacionais
Outras Causas – 3%	<ul style="list-style-type: none"> - Negligência - Capital insuficiente - Clientes insatisfeitos - Fraudes - Ativos insuficientes

Fonte: (Chiavenato 2008)

2.6 MPES NO ESPÍRITO SANTO

Segundo o relatório do SEBRAE (2015), referente a região sudeste, no Estado do Espírito Santo, das MPE, o destaque é a participação do setor de serviços (85,1%) com predominância do comércio (47,6%), sendo que os outros serviços participam com 33,3%. Em relação ao setor industrial observa-se uma participação de 14,9% no total, com destaque para a indústria de transformação que participa com 9,6% do total do número de empresas do segmento.

Verificou-se também que Estado do Espírito Santo, das MPE, o destaque é a participação do setor de serviços (73,5%) com predominância do comércio (43,1%), sendo que os outros serviços participam com 25,6%. Em relação ao setor industrial observa-se uma participação de 26,5% no total, com destaque para a indústria de transformação que participa com 17,4% do total do pessoal empregado do segmento.

E ainda no Estado do Espírito Santo, das MPE, outro destaque é a participação do setor de serviços (67,9%) com predominância do comércio (37,1%), sendo que os outros serviços participam com 23,5%. Em relação ao setor industrial observa-se uma participação de 32,1% no total, com destaque para a indústria de transformação que participa com 20,0% do total de remunerações pagas, no segmento.

2.7 MORTALIDADE DAS MPES

As causas da mortalidade das micro e pequenas empresas são diversas e inúmeras. Em várias ocasiões essas causas são direcionadas aos aspectos de diversos departamentos e atividades dentro da empresa, como: problemas financeiros, dificuldades nas vendas, problemas mercadológicos, alta competitividade, dificuldade de acesso a informação, intervenção direta e indiretamente no governo e etc.

O SEBRAE Nacional (1999), realizou em parceria com diversas das suas sedes estaduais uma ampla pesquisa sobre quais seriam as principais causas da morte precoce das empresas. Em sua maioria, a falta de capital de giro foi apresentada como a maior dificuldade para sobrevivência da pequena empresa, seguida da alta carga tributária e da crise econômica no país.

De acordo com Matias e Lopes Júnior (2002) a má administração é responsável por mais de 90% dos fracassos das empresas. Outros pontos fracos são (relacionados ainda pelos referidos autores): a) falta de recursos financeiros e dificuldades na obtenção de créditos, financiamentos e investimentos por parte de terceiros; b) falta de resistência a momentos de instabilidade e dificuldades da empresa; c) ter de se sujeitar às imposições de preço de grandes fornecedores e grandes clientes.

De acordo com Zimmerer e Scarborough (1994), as causas existentes para que os pequenos empresários não tenham sucesso em seus negócios são variadas, mas têm como principais motivos para os insucessos dos pequenos empreendimentos: a falta de experiência, incompetência administrativa, de controle financeiro adequado, além de expansões não planejada, de capital de giro, falta de controle de estoque e falhas no planejamento.

Segundo levantamento promovido por Schindwein (2004) houve os seguintes apontados de dificuldade pelos pequenos empreendedores durante o período de existência da empresa: falta de capital de giro, 21,52%; concorrência muito forte, 8,86%; problemas financeiros, 15,19%; falta de mão-de-obra, 15,82%; carga tributária elevada, 46,20%; falta de crédito, 17,72%; maus pagadores, 19,62%; falta de clientes, 17,72%; ponto inadequado, 1,27%; outros 1,27%.

2.8 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

No mundo empresarial é unanimidade quando atribuímos o sucesso do empreendimento a diversos fatores, entre eles o empreendedor em si, ou seja, as características que o mesmo possui e desenvolve juntamente com a empresa.

De acordo com Chiavenato (2007), na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois apresenta de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Dotado de tudo isso, consegue transformar ideias em verdadeiras organizações que não só trazem benefícios para eles, como para o ambiente ao redor em que está inserido.

Ainda segundo Chiavenato (2007), existem três características básicas para um empreendedor. São elas: 1-Necessidade de realização: Uma necessidade pessoal, o que o diferencia dos outros. 2-Disposição para assumir riscos: Riscos financeiros e de demais ordens assumidas ao iniciar o próprio negócio. 3 -Autoconfiança: Segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas.

O psicólogo americano David McClelland (1961) efetuou uma pesquisa a nível mundial no ano de 1960, sobre as características empreendedoras e concluiu que as pessoas que atingiam o sucesso, materialmente eram aquelas que tinham como motivação principal a busca da realização e êxito e, neste sentido desenvolvem comportamentos que as levam ao sucesso. A partir dos trabalhos publicados por McClelland e Winter em 1971 e McClelland em 1972, o PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - desenvolveu um programa experimental para capacitação de empreendedores em 1985, que foi lançado oficialmente, após aperfeiçoamentos, em 1988. O projeto apontou as dez principais características do comportamento empreendedor, comuns aos empreendedores bem-sucedidos. O quadro abaixo apresenta as características:

Quadro 02 – Características do Empreendedor

1 – Busca de Oportunidades e Iniciativa
2 – Persistência
3 – Correr Riscos Calculados
4 – Exigência de Qualidade e Eficiência
5 – Comprometimento
6 – Busca de Informações
7 – Estabelecimento de Metas
8 – Planejamento e Monitoramento Sistemáticos
9 – Persuasão e Rede de Contatos
10 – Independência e Autoconfiança

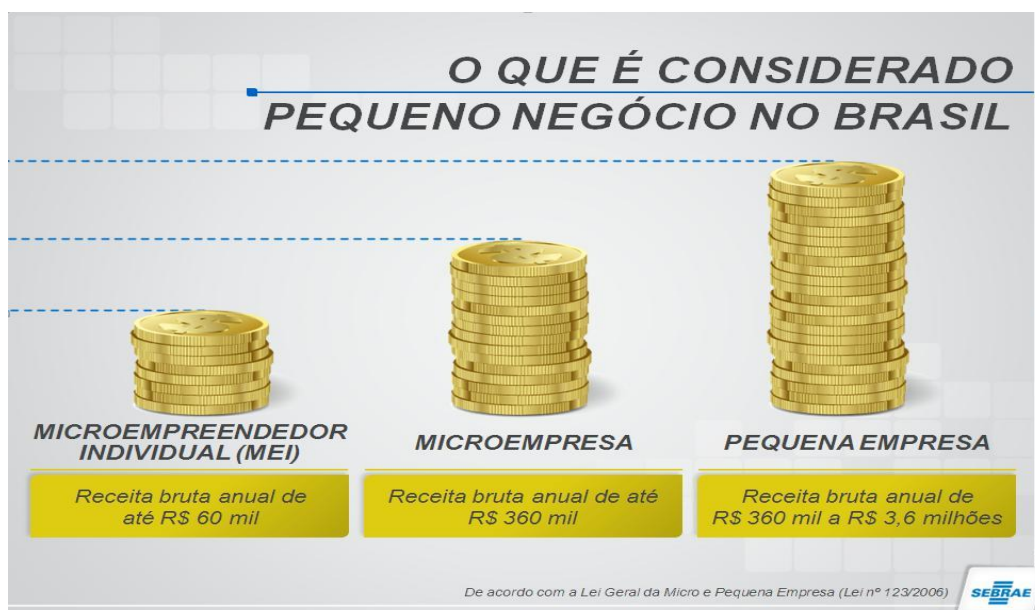
Fonte: adaptado a partir de SEBRAE (1998).

Nos tempos atuais, o programa tem o nome de EMPRETEC, sendo executado pelo SEBRAE em conjunto com o PNUD, orientado a futuros empreendedores e empresários e com a finalidade de identificar e elevar o potencial empresarial do empreendedor participante. O programa é aplicado em mais de 27 países, tendo o Brasil como referência. O seminário desenvolve mudanças comportamentais, promove a revisão de conceitos e atitudes e prepara o empreendedor para o mercado e para a vida. (SEBRAE 2017).

3 RESULTADOS

Diante dos questionamentos e pesquisas embasadas anteriormente, evidenciamos as características mais importantes para o empreendedor. Com isso utilizamos como modelo de pesquisa dados do SEBRAE e para responder um questionário o empresário/empreendedor da Livraria Cantares.

FIGURA 01 – CLASSIFICAÇÃO DAS MPEs



Fonte: (SEBRAE – 2006)

A figura acima demonstra a classificação das micro e pequenas empresas segundo o SEBRAE, com base no faturamento anual das empresas.

FIGURA 02 – MPEs NA ECONOMIA BRASILEIRA



Fonte: (SEBRAE – 2013)

A figura acima demonstra indicadores da representatividade das Micro e pequenas empresas na economia brasileira.

FIGURA 03 – MPEs NO ESPIRITO SANTO

Espírito Santo - Número de empresas, por porte das empresas, segundo setores de atividades (em %, média 2009 a 2011)

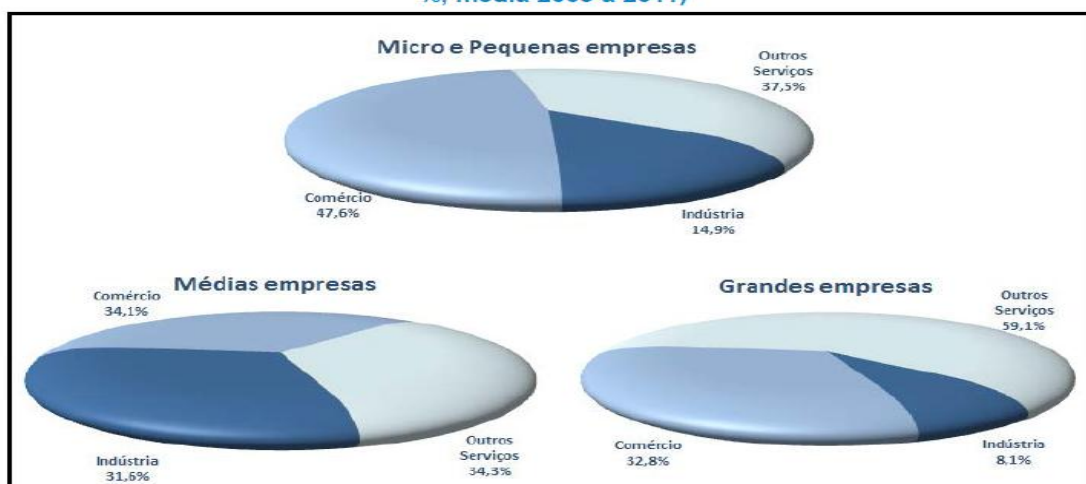
ESPÍRITO SANTO – Nº DE EMPRESAS UNIDADES LOCAIS		MÉDIA (2009 A 2011)		
		MPE	MÉDIA	GRANDE
ATIVIDADES TOTAL		100,0%	100,0%	100,0%
INDÚSTRIA		14,9%	31,6%	8,1%
	Indústria extrativa mineral	1,2%	1,3%	0,7%
	Indústrias de transformação	9,6%	18,3%	3,9%
	Construção	4,1%	12,0%	3,6%
SERVIÇOS		85,1%	68,4%	91,9%
	Comércio	47,6%	34,1%	32,8%
	Transporte, armazenagem e correio	4,3%	11,1%	22,0%
	Outros serviços	33,3%	23,2%	37,1%

Fonte: (Pesquisa anuais do IBGE; elaboração FGV - 2012).

A figura acima demonstra o número de empresas, segundo seus portes e setores de atividades no estado do Espírito Santo em uma média do ano de 2009 a 2011.

FIGURA 04 – MPEs NO ESPIRITO SANTO

Espírito Santo - Número de empresas, por porte das empresas, segundo setores de atividade (em %, média 2009 a 2011)



Fonte: (Pesquisa anuais do IBGE; elaboração FGV – 2012).

A figura acima demonstra o número de empresas, segundo seus portes e setores de atividades no estado do Espírito Santo em uma média do ano de 2009 a 2011.

FIGURA 05 – MPEs NO ESPÍRITO SANTO

Espírito Santo - Composição do Valor Adicionado total e por atividade econômica, segundo porte das unidades produtivas (em %, média 2009 a 2011)

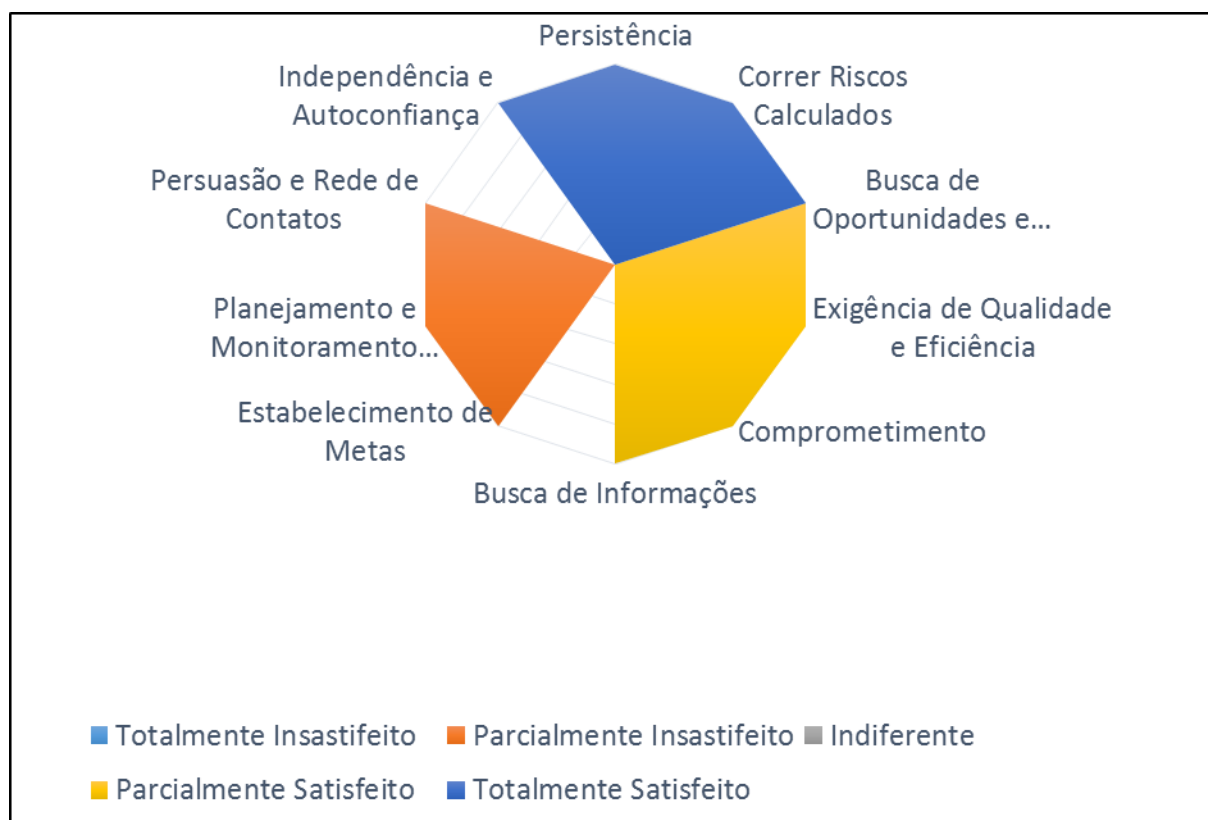
ESPÍRITO SANTO Média (2009 a 2011)	Comércio	Extrativa Mineral	Indústria Transformação	Construção	Serviços	TOTAL
VALOR ADICIONADO						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MPE	45,7%	10,6%	27,0%	32,0%	29,0%	28,1%
Médias e Grandes	31,5%	89,3%	67,4%	44,3%	46,3%	56,8%
Outras unidades produtivas	22,8%	0,0%	5,6%	23,8%	24,7%	15,1%

Fonte: (Pesquisa anuais do IBGE; elaboração FGV – 2012).

A figura acima demonstra a composição do valor total e por atividade econômica, segundo o porte das unidades produtivas no estado do espírito santo em uma média do ano de 2009 a 2011.

3.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR – LIVRARIA CANTARES

Gráfico 01 – Questionário Livraria Cantares



Fonte: (Questionário Livraria Cantares – Elaboração Própria).

O gráfico acima demonstra o resultado do primeiro questionário aplicado ao gestor da empresa Cantares, onde graficamente dispõe as características que o mesmo destacou como totalmente satisfeito a indiferente.

Gráfico 02 – Questionário – Percepção Geral



Fonte: (Questionário Livraria Cantares – Elaboração Própria).

O gráfico acima demonstra o resultado do segundo questionário aplicado ao gestor da empresa Cantares, onde graficamente mostra a ordem de relevância que o empreendedor considera em uma percepção geral.

Gráfico 03 – Questionário – Percepção Geral



Fonte: (Questionário Livraria Cantares – Elaboração Própria).

O gráfico acima demonstra o resultado do segundo questionário aplicado ao gestor da empresa Cantares, onde graficamente mostra a ordem de relevância que o empreendedor considera em uma auto análise.

4 DISCUSSÃO

Como observado nos gráficos e figuras acima, primeiro identificou-se as limitações que são consideradas pelos principais órgãos do país, ao classificar as micro e pequenas empresas no país.

Logo depois foi possível perceber a importância das MPEs para economia brasileira, tendo como fonte o SEBRAE, foi possível destacar que as empresas que representam as MPEs são um número elevadíssimo no país. Apresenta parte considerável do PIB nacional, e possui mais da metade de postos de trabalho no Brasil. Outro dado importância é as importações que tem se tornado um canal viável para as micro e pequenas brasileiras.

Visto também os cenários nos últimos anos que se obteve os dados, onde demonstram a gigantesca importância das MPES capixabas na economia local, onde o suporte as finanças e empregabilidades do estado é indiscutível.

Observou-se através do questionário na Livraria Cantares que o auto perfil do empreendedor tem como peças fundamentais desenvolvidas até o presente são a busca de oportunidades e iniciativa, busca de informações e estabelecimento de metas. Ainda no questionário, indagou-se a percepção geral em relação ao grau de importância das principais características do empreendedor, obtendo o seguinte resultado, em primeiro lugar busca as informações, seguido do comprometimento e o estabelecimento de metas.

Sendo assim constata-se que essas características devem ser preocupação constante dos empreendedores para nivelamento e evolução própria, afetando diretamente as micro e pequenas empresas, sempre buscando seu crescimento e evolução.

Diante disso surgem os diferenciais das MPEs, segundo Silva (2004) a proporção de um atendimento personalizado ao cliente e a flexibilidade das MPEs são grandes vantagens que os micro e pequenos empresários vêm utilizando em suas empresas. Já em contrapartida Grapeggia et al. (2011) enfatizam que os riscos de dissolução precoce dos negócios estão vinculados a fatores de ordem externa; neste caso, os

preços de compra são impostos pelos fornecedores e os preços de venda impostos pelo cliente, ficando a empresa em uma situação desfavorável, trabalhando, muitas vezes, com margem baixa margem de lucros, tornando muitas vezes o negócio insustentável.

Conclui-se então que são muitas as características essenciais ao empreendedor, entre eles noções de finanças, marketing, vendas, operações, produção e principalmente a comportamental.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como finalidade analisar e demonstrar o empreendedorismo brasileiro, as micro e pequenas empresas capixabas, o perfil do empreendedor, os tipos de empreendedor, a definição das MPE's no Brasil, qual a sua importância e relevância no cenário nacional e no mercado do espírito santo, as taxas e aspectos da mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras e capixaba, identificar as principais características dos empreendedores e realizar um estudo prático em uma pequena empresa através de um questionário.

Sendo assim, são comparadas as principais características apresentadas pelos empreendedores de sucesso, em um cenário de constante evolução para as MPEs, mas de ainda muita dificuldade, principalmente no início de suas operações.

Diante disso fica quase que inviável as micro e pequenas empresas sobreviverem os primeiros anos, caso o empreendedor envolvido diretamente nas tomadas de decisão não apresentar as características ou a maioria delas em suas atitudes e ações no dia a dia da empresa.

Logo, conclui-se com esta pesquisa que é necessária maior atenção para o desenvolvimento das capacidades gerenciais e comportamentais dos empreendedores que estão afrente das empresas, cultivando uma cultura em suas organizações para que os colaboradores venham a estar em mesmo ritmo que o responsável, com o objetivo de manter a empresa e evoluir, buscando sempre aumentar a produtividade, reduzir custos e otimizar os processos, fazendo com que assim haja maior lucro, reinvestimento e crescimento para a empresa e o mercado como todo.

REFERÊNCIAS

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BERNADI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 5. Reimpr. – São Paulo: Atlas: 2007.

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento. **BNDES modifica classificação de porte de empresa**. Disponível em < http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2010/institucional/20100622_modificacao_porte_empresa.html > Acesso em 03 de março de 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed.** São Paulo: Saraiva, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter F. **Práticas da Administração de empresas**. São Paulo: Pioneira, 2002.

GRAPEGGIA, M.; LEZANA, A. G. R.; ORTIGARA, A. A; SANTOS, P. C.F. **Fatores condicionantes de sucesso e ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina**. Revista Produção, v. 21, 2011.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**: 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas < Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm > Acesso 09/05/17.

MATIAS, A. B.; LOPES JÚNIOR, F. **Administração financeira nas empresas de Pequeno porte**. São Paulo: Manole, 2002.

MCCLELAND, David. **The Achieving society**. New York:D: VanNostrand, 1961.

PEREIRA, Yasmim. Empreendedorismo **E Política: Uma Sociedade Inseparável**. 2011 Disponível em:

<http://www.aedb.br/seget/artigos05/252_Empreendedorismo_e_politica.pdf.

SCHLINDWEIN, C. **Empreendedores, o desafio do próprio negócio. Uma análise da criação de micro e pequenas empresas**. Florianópolis: UFSC, 2004.

SEBRAE. **Pesquisa: Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas**. Brasília: SEBRAE, 1999.

SEBRAE: Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>. 2010.

SEBRAE: Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Relat%C3%B3rio%20Sudeste.pdf>. 2015.

SEBRAE: Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>, 2017.

SILVA, Carlos Alberto Vicente. **Redes de cooperação de micro e pequenas empresas: um estudo das atividades de logística no setor metalúrgico de Sertãozinho/SP**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos. 2004.

ZIMMERER, T. W.; SCARBOROUGH, N. M. **Essentials of small business management**. New York: Macmillan College, 1994.

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO
ANDRÉ MATTOS – LIVRARIA CANTARES

- A) Em relação a “Busca de Oportunidades e Iniciativa” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito**
 - e. Totalmente Satisfeito
- B) Em relação a “Persistência” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito
 - e. Totalmente Satisfeito**
- C) Em relação a “Correr Riscos Calculados” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito
 - e. Totalmente Satisfeito**
- D) Em relação a “Exigência de Qualidade e Eficiência” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito**
 - e. Totalmente Satisfeito
- E) Em relação a “Comprometimento” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito**
 - e. Totalmente Satisfeito
- F) Em relação a “Busca de Informações” você considera?
- a. Totalmente Insatisfeito
 - b. Parcialmente Insatisfeito
 - c. Indiferente
 - d. Parcialmente Satisfeito**
 - e. Totalmente Satisfeito

G) Em relação a “Estabelecimento de Metas” você considera?

- a. Totalmente Insatisfeito
- b. Parcialmente Insatisfeito**
- c. Indiferente
- d. Parcialmente Satisfeito
- e. Totalmente Satisfeito

H) Em relação a “Planejamento e Monitoramento Sistemáticos” você considera?

- a. Totalmente Insatisfeito
- b. Parcialmente Insatisfeito**
- c. Indiferente
- d. Parcialmente Satisfeito
- e. Totalmente Satisfeito

I) Em relação a “Persuasão e Rede de Contatos” você considera?

- a. Totalmente Insatisfeito
- b. Parcialmente Insatisfeito**
- c. Indiferente
- d. Parcialmente Satisfeito
- e. Totalmente Satisfeito

J) Em relação a “Independência e Autoconfiança” você considera?

- a. Totalmente Insatisfeito
- b. Parcialmente Insatisfeito
- c. Indiferente
- d. Parcialmente Satisfeito
- e. Totalmente Satisfeito**

K) EM UMA PERCEPÇÃO GERAL, DENTRE AS CARACTERÍSTICAS ABAIXO, POR ORDEM DE RELEVÂNCIA, QUAL DELAS É A MAIS IMPORTANTE PARA O EMPREENDEDOR?

Busca de Oportunidades e Iniciativa	6
Persistência	10
Correr Riscos Calculados	7
Exigência de Qualidade e Eficiência	9
Comprometimento	2
Busca de Informações	1
Estabelecimento de Metas	3
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	4
Persuasão e Rede de Contatos	5
Independência e Autoconfiança	8

L) FAZENDO UMA AUTO ANÁLISE, DENTRE AS CARACTERÍSTICAS ABAIXO, POR ORDEM DE RELEVÂNCIA, QUAIS VOCÊ JULGA SEREM SUAS CARACTERÍSTICAS?

Busca de Oportunidades e Iniciativa	1
Persistência	8
Correr Riscos Calculados	5
Exigência de Qualidade e Eficiência	7
Comprometimento	4
Busca de Informações	2
Estabelecimento de Metas	3
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	6
Persuasão e Rede de Contatos	9
Independência e Autoconfiança	10