

# O EMPREENDEDORISMO COMO DIFERENCIAL DE SUCESSO NA ABERTURA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

**João André Tavares Fernandes<sup>1</sup>**  
jfernandes@edu.unicid.br

**Adriano Mano Marques<sup>2</sup>**  
adriano.mano.19@hotmail.com

**Diego Pereira Guimarães<sup>3</sup>**  
diego.pguimaraes@hotmail.com

## RESUMO

Com base no estudo elaborado apresentaremos como o empreendedorismo interfere e serve como um diferencial para a sobrevivência ou criação das novas empresas e também as características do empreendedor em paralelo ao perfil do gestor se assimilando com os pilares da administração em planejar, organizar, controlar e executar. O objetivo deste trabalho é identificar e analisar por meio de uma pesquisa qualitativa descritiva como as micro e pequenas empresas superam as dificuldades do início do trabalho e alcançam marcas significativas. As considerações realizadas neste artigo alinham-se aqueles que compartilharam o interesse em um dia possuir seu próprio empreendimento as dificuldades que enfrentarão e como podem se preparar para elas e assim superá-las se adiantando ao mercado altamente competitivo.

**Palavras-chave:** Micro e pequenas empresas, empreendedorismo, preparação, mercado competitivo.

## ABSTRACT

Based on the present study produced as entrepreneurship interferes and serves how a differential to the survival or creation to the in the news companies and also the characteristics in the entrepreneur parallel to the manager profile is assimilating with pillars in the administration plan, organizing, control and execute. The objective this work is exhibit e analyze for medium of a search qualitative descriptive how the micro and middle companies outweigh the difficulty of the work start and reached significant brands. The considerations made in this article align together those that share the interesting in a day owning your own enterprise the difficulty that confront e how can be prepare for them and for that overcome be ahead the highly competitive market.

**Keywords:** Micro and Middle companies, entrepreneurship, preparation, competitive market.

---

<sup>1</sup> Professor do curso de Administração de Empresas da Universidade Cidade de São Paulo. Mestrando do Programa de Educação da Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

<sup>2</sup> Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

<sup>3</sup> Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

## INTRODUÇÃO

Coincidência ou não, o empreendedorismo se relaciona com a administração, saber administrar é planejar, organizar, controlar e executar, isso faz com que o tema se torne uma discussão envolvente para quem se identifica com a ideia de um dia ser dono do próprio negócio.

A apresentação desse trabalho tem como objetivo tornar simples e prática a percepção sobre empreendedorismo e suas formas para aqueles que tenham interesse na abertura de sua empresa, interesse esse que nos motivou na intenção de realizar o estudo, até porque, para alcançarmos o sucesso não devemos apenas saber gerir nosso próprio negócio ou vida pessoal, devemos saber manter, sustentar um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de nossos investimentos.

Os pilares de nossas pesquisas podem ser divididos em três bases, Empreendedorismo, Sucesso (relacionado ao período de vida da organização), Análise das Micro e Pequenas Empresas no atual cenário econômico.

Segundo os autores (BRITTO e WEVER, 2003, pg. 17-18) a palavra “Empreendedor” vem de 800 anos atrás com o verbo francês “*entreprendre*” que significa “fazer algo”, essa é uma definição simples para essa atividade que nos dias de hoje recebe diversas outras características como inovação, criação, criatividade, liderança, entre outros.

Os autores contribuem dizendo que:

Entre os economistas modernos, quem mais se debruçou sobre o tema foi Joseph Schumpeter que teve grande influência sobre o desenvolvimento da teoria e prática do empreendedorismo. Em seus estudos, ele o descreve como a “máquina propulsora do desenvolvimento de economia”. A inovação trazida pelo empreendedorismo permite ao sistema econômico renovar-se e progredir constantemente”. De acordo com Schumpeter, “sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsa. (Idem)

De acordo com o economista francês J. B. Say uma das primeiras definições da palavra “empreendedor” foi elaborada no início do século XIX, como aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. (BRITTO e WEVER, 2003, pg. 17-18).

Ainda trabalhando com tais definições sobre o ser empreendedor, como o empreendedorismo pode ser usado a favor das pessoas e das organizações em uma perspectiva de sucesso para o crescimento e evolução considerando as constantes mudanças nos dias de hoje em mundo globalizado e altamente competitivo?

Segundo Schumpeter (1968, *apud* Razzolini, 2010):

O empreendedor é responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (p. 16)

Quando abrimos uma empresa podemos criar um comparativo em relação a como criar um filho, no começo, a criança pede atenção, os pais viram noites acordados, os anos passam e os cuidados mudam de natureza. Mas somente o zelo constante pode assegurar um desenvolvimento saudável. As Empresas e o seu sucesso podem ser como as pessoas, exigem mais nos primeiros anos de vida e, ao longo do tempo podem ganhar status, independência e sabedoria sem que necessariamente precisem morrer.

O segredo da longevidade está na preparação e nesse ponto que procuraremos contribuir de alguma forma destacando as empresas que se sobressaem às estatísticas que apontam mais de 29% de empresas que fecham seus negócios no primeiro ano de vida.

Segundo site do Sebrae essas informações apresentam uma melhora nos últimos 10 anos, esse é o melhor percentual de sobrevivência das micro e pequenas empresas do país de acordo com estudo divulgado pelo Sebrae, se segmentarmos ainda mais nosso filtro somente no estado de São Paulo 60% das empresas fecham com até 5 anos (SEBRAE, 2008).

Em todo conjunto as empresas que conseguem se sobressair de seu período de infância nos primeiros 5 anos, e como principal objetivo apresentar como elas enfrentaram suas principais dificuldades, foco no cliente, preparação, criatividade, inovação, empreendedorismo.

## **EMPREENDEDORISMO DE SUCESSO**

Como surgiu o empreendedorismo? O passo a passo e a evolução histórica de nosso tema são preponderantes para darmos início ao estudo.

“Segundo Dornelas (2008) a linha do tempo estabelece entre os anos 1900 a 1920 um movimento de Racionalização do Trabalho com foco na gerência administrativa. Entre os anos 20 e 40 as Relações Humanas ganharam notoriedade com o foco nos processos. De 30 a 60 o movimento era o Funcionalismo Estrutural com foco na gerência por objetivos.”

“O autor prossegue e contribui dizendo que com a chegada dos anos 50 até 70 o empreendedorismo tomou forma nas Contingências Ambientais com foco na competitividade e dos anos de 1980 até os dias de hoje o empreendedorismo não tem uma forma bem definida, mas cada vez mais está vinculada a geração de riqueza para a sociedade (Idem).”

No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 1990, devido ao surgimento de instituições como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira de Exportação de *Software*). Antes do surgimento dessas entidades, pouco se falava de Empreendedorismo no Brasil.

O Sebrae auxiliou na importância do empreendedorismo dando suporte e incentivo as pessoas que desejavam iniciar sua empresa, prestando também serviços de consultoria para resolução de problemas.

O primeiro uso do termo empreendedorismo foi direcionado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente, assinando um contrato com um homem que tinha dinheiro, hoje chamado de capitalista para vender as suas mercadorias, o capitalista assumiu riscos, porém, Marco Polo que teve o papel de empreendedor assumindo riscos físicos e emocionais.

No século XVII os primeiros indícios de empreendedores surgiram em acordos contratuais com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos, como naquela época os preços eram fixos, qualquer lucro ou prejuízo eram assumidos pelos empreendedores. Richard Cantillon foi um importante escritor economista do século XVII, considerado por muitos o primeiro a utilizar o termo empreendedorismo, o primeiro a diferenciar empreendedor que assumia riscos e capitalista que fornecia capital.

Para Dornelas (2008) no século XVII, devido à industrialização, foram diferenciados os capitalistas dos empreendedores. Nos séculos XIX e XX os empreendedores foram confundidos com gerentes ou administradores o que acontece até hoje, sendo identificados como empreendedores por organizar, planejar, dirigir e controlar ações desenvolvidas na empresa, sempre a serviço do capitalista.

De acordo com Brito e Wever (2003) o empreendedor possui cinco características fundamentais, criatividade e inovação, para conseguir identificar as oportunidades onde ninguém consegue notar, habilidade para direcionar os esforços, força de vontade para alcançar sucesso em seu negócio, foco na geração de valor e não menos importante, correr riscos quebrar regras encurtando distâncias.

Os administradores em paralelo a isso identificam prioridades e oportunidades, operacionalizam ideias, delegam funções, se comunicam de forma clara e objetiva, trabalham em equipe, entre outros.

Os autores destacam que ao identificarmos tais características percebe-se que administradores e empreendedores possuem traços em comum aos dois perfis apontados, como criatividade, liderança, assumir riscos calculados, além de ter clara a ideia de que o empreendedor não é nenhum super herói solitário e sim, utilizar a colaboração como palavra chave, empreendedores de sucesso se unem a grupos e seguem trabalhando juntos em único objetivo. Nos dias de hoje sabendo trabalhar de forma colaborativa o empreendimento não precisa ser necessariamente grande para ser considerado como um sucesso.

Segundo Drucker (1996, *apud*, Sertek, pg. 20, 2011) as práticas, as formas da inovação e do empreendedorismo são caracterizadas como sendo as oportunidades oferecidas pelo inesperado, pelas incongruências, pelas necessidades de processo, pelas mudanças das estruturas das indústrias e do mercado, da demografia, da percepção e do conhecimento novo.

Antes que os empreendedores possam definir os objetivos de um negócio, eles devem articular seus objetivos pessoais. Eles podem querer, por exemplo, ter certo estilo de vida, fazer experiências com novas tecnologias ou criar uma instituição que possa continuar existindo depois da passagem deles. Apenas quando os empreendedores decidem o que desejam de seus negócios é

que podem determinar que tipo de empresa deva construir e o que estão dispostos a arriscar e se têm uma estratégia bem definida.

Sahlman (2002) define que uma ótima estratégia não garante o uma ótima execução. Um empreendimento pode fracassar se seus fundadores não contratarem as melhores pessoas, atraírem capital, investirem em infraestrutura organizacional e formarem uma cultura adequada à estratégia do empreendimento. A importância de um planejamento estratégico é que ele auxilia a direcionar a empresa para onde ela quer ir e como chegará até lá, não há como construir empresas com a ideia de que elas serão auto-sustentáveis, no início existe a necessidade de gerenciar de forma como se elas estivesse prestes a afundar.

O autor contempla que das centenas de milhares de empreendimentos novos que os empreendedores lançam todos os anos, a maioria não chega a decolar. Outros se dissipam após inícios espetacularmente estrondosos. Além de a empresa sobreviver é necessário que ela distribua riqueza, cubra suas despesas e forneça uma renda adequada ao seu fundador e aos membros que participam do negócio. Se o empreendimento faz sucesso exige flexibilidade para saber lidar com a concorrência e se diferenciar.

Para Sahlman (2002) o empreendedor só pode atacar uma ou duas oportunidades e problemas de cada vez. Portanto, assim como um pai deve se concentrar mais nas habilidades motoras de uma criança que está engatinhando do que em suas habilidades sociais, o empreendedor deve saber distinguir questões cruciais das dores normais do crescimento.

Para o autor é necessário definir a estratégia, muitos empreendedores iniciam negócios para agarrar oportunidades de curto prazo, sem pensar em estratégias de longo prazo. Os empreendedores de sucesso, logo fazem a transição de uma orientação tática para estratégica de forma a poderem começar a construir capacidades e recursos cruciais.

O autor colabora dizendo que formular uma estratégia sólida é mais fundamental para uma empresa nova do que resolver questões de contratação, projetar sistemas de controle, ajustar hierarquias ou definir o papel do fundador. Empreendimentos com base em uma boa estratégia podem compensar uma estratégia fraca. Os empreendedores devem periodicamente fazer com que suas estratégias estejam bem definidas, possam gerar lucros e crescimento suficientes e sustentáveis.

Em relação à elaboração do plano de negócios sabemos que todas as projeções financeiras para uma nova empresa são uma quimera, o problema é que a maioria do plano de negócios dá ênfase demasiada aos números e pouca à informação que realmente importa.

Para (SAHLMAN, 2002):

Um grande plano de negócios é aquele que se concentra em uma série de perguntas. Essas perguntas estão relacionadas aos quatro fatores fundamentais para o sucesso de cada novo empreendimento: as pessoas, a oportunidade, o contexto e as possibilidades de riscos e de recompensas.

As perguntas sobre pessoas giram em torno de três pontos: O que elas conhecem? Quem elas conhecem? Até que ponto são bem conhecidas? Quanto à oportunidade, o plano deve se concentrar em duas perguntas: Será que o mercado para o produto ou serviço do empreendimento é grande ou está crescendo rápido o bastante? E será que o setor é atraente do ponto de vista estrutural? (pg. 35)

Ou seja, além de demonstrar compreensão do contexto no qual o empreendimento deles irá operar, os empreendimentos devem deixar clara a forma pela qual irão responder quando esse contexto inevitavelmente mudar.

Um grande plano de negócios não é fácil de compor, em virtude que a maioria dos empreendedores é de otimistas inveterados. Mas o plano que faz as perguntas certas é uma poderosa ferramenta, sustentado na base das pessoas, da oportunidade, do contexto e do risco e recompensa.

Os empreendedores eficientes de sucesso eliminam ideias não promissoras o mais rápido possível, fazendo isso por meio de julgamento e reflexão, e não coletando excesso de dados. A seguir, eles avaliam de modo realista, sua situação financeira, as preferências pessoais e os objetivos do empreendimento. Eles conferem o grau de atratividade de uma ideia e escolhem pra si o novo empreendimento certo.

“De acordo com o autor o empreendedor precisa ter paixão pelo negócio para sobreviver a uma estrada atribulada e em comparação aos gerentes de grandes corporações o empreendedor não precisa de todas as respostas para agir, o imprevisto assim que surgem os problemas servem para procurar a melhor solução. Tapam buracos rapidamente e mudam estratégia à medida que os eventos se desenrolam (Idem).”

Sahlman (2002) conclui dizendo que são inúmeros os desafios para elaboração de um bom plano estratégico e além de todos os passos pontuados, conseguir conciliar seus próprios problemas pessoais é de suma importância para que não influenciem em uma gestão deficiente do negócio.

Essas ferramentas como a estratégia e o plano de negócios auxiliam na consolidação na abertura da empresa, outra forma de se preparar para atacar um mercado altamente competitivo é a construção de cenários. Esse processo defende a empresa de possíveis variações econômicas que possam ocorrer em seus ciclos.

O planejamento ou a construção de cenários é uma ferramenta muito importante para a sobrevivência das empresas em um mercado competitivo para que as empresas tenham sucesso na projeção e aplicação das metas definidas, além disso, auxilia na adaptação para uma maior possibilidade no alcance de objetivos.

O objetivo da projeção de cenários é definir os caminhos em que a empresa e seus gestores devem seguir em determinadas situações e se tornar mais preparada para reagir ao inesperado, porém, não é possível prever o futuro, ou seja, essa projeção é uma possibilidade na qual é incerta.

Segundo Heidjen (2004) as empresas trabalham com um crescimento anual que gira em torno de 6%, e é natural que a empresa tenha a previsão deste mesmo percentual para o próximo período, mas por diversos motivos pode ser que está projeção seja incorreta, por isso deve ser analisado diversos fatores para uma projeção como se há um novo concorrente, o avanço da tecnologia, a estabilidade da economia, a valorização da moeda entre outras variações do mercado, para programar todos envolvidos como financeiro para preparação de orçamento para o próximo período, a produção e recursos humanos, entre outros.

O autor acredita que para que seja envolvida uma estratégia pela empresa é necessário que a empresa saiba aonde quer chegar, qual é o seu objetivo, avaliar os fatores internos para o sucesso, capacidade para mudar, avaliação do ambiente externo, atual e futuro e suas incertezas, se adequar as mudanças, desenvolver políticas de melhora e adequação.

Um fator muito importante para o desenvolvimento de estratégia é o aprendizado, o conceito de aprendizagem se dá a integração da ação e experiência na atividade de desenvolvimento de estratégias.

Faz parte do dia a dia do empreendedor a característica de assumir riscos, afinal a invenção e o risco caminham juntos, o empreendedor precisa analisar a sua ideia de negócio em relação ao cenário atual e seu futuro incerto.

Para (HEIDJEN, 2004, p. 15) há três tipos de incertezas pertinentes ao empreendedorismo.

1. Riscos previsíveis, quando há precedentes históricos. Para que uma organização tenha lucro é necessário que assuma riscos, por outro lado assumir níveis excessivos de riscos pode trazer grandes problemas, estes riscos precisam ser aceitáveis e calculados para verificar até onde assumir estes riscos vale a pena.
2. Incertezas estruturais, quando há situações semelhantes que nos permitam a estimar uma probabilidade. Quando há uma situação igual ou parecida com a situação que será enfrentada podemos olhar para trás e analisar quais decisões foram tomadas e quais foram às consequências, sempre levando em consequências destas decisões.
3. As incertezas impossíveis de prever, quando não houve nenhum tipo de situação igual ou parecida e o risco deve ser calculado com base em probabilidades.

A empresa que adota a projeção de cenários para auxílio de sua gestão, trilha o caminho do sucesso monitorando o mercado e o ambiente de negócios.

Mas para abertura de um novo negócio é necessário superar barreiras que vão além das estratégias, planejamento, cenários, entre outros, há necessidade de superar a falta de políticas de incentivos ao empreendedor.

Albero (2007) publica em um de seus artigos os fatores inibidores à operacionalização dos novos negócios e afirma que cabe a cada empreendedor delimitá-los e procurar respostas satisfatórias a estas barreiras.

Ausência de incentivos as MPES: políticas de compras governamentais, mecanismos que facilitem e estimulem as exportações, desburocratização e redução de custos de abertura de um novo empreendimento, reformas trabalhistas legislação decorrentes de licenças, contratos, patentes e marcas. Problemas com linhas de crédito para aquisição de capital para instalações, equipamentos, capital de giro e despesas iniciais e tributários com maior simplificação do sistema de impostos.

Para Albero (2007):

A reforma tributária promulgada em 19/12/2003 abriu caminho para o fortalecimento aos desafios do crescimento econômico, alternativa eficaz que viabiliza a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade. A Lei Geral das Pequenas Empresas estabeleceu estímulos e incentivos para o setor, como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acessos às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias (pg. 71).

O autor define que a iniciativa do governo federal, aperfeiçoada e aprovada pelo Congresso Nacional, a Reforma Tributária contém artigos que traduzem o reconhecimento histórico da importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento nacional. Afinal, com 5,5 milhões de empresas, o segmento representa hoje nada menos que 99% de todos os empreendimentos no País, responde por 20% do Produto Interno Bruto (o PIB, soma de todas as riquezas produzidas anualmente no território nacional) e emprega 60 milhões de brasileiros, dos quais 14,5 milhões com carteira assinada (Idem).

Segundo Albero em 5 de Dezembro de 1996 a Lei 9.317 ficou conhecida com Lei do Simples Federal. A Lei dispôs sobre o regime tributário para o setor e criou o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples). Foi a primeira regulamentação do artigo 179 da Constituição, que estabelecia “o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido” para o segmento, com 31 artigos. Além disso, estabeleceu um procedimento simplificado para pagamento de impostos e contribuições, baseado numa porcentagem da receita bruta variável (Idem).

De acordo com Albero (2007) os valores em vigor atualmente, a microempresa está delimitada por uma receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 120 mil. A empresa de pequeno porte deve ter receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 120 mil e igual ou inferior a R\$ 1,2 milhão. Quanto à porcentagem a ser recolhida como pagamento de impostos, as microempresas recolhem a ser recolhida como pagamento de impostos, as microempresas recolhem de 3% a 5% sobre a receita bruta mensal. Para as de pequeno porte, esse percentual varia de 5,4% a 8,6%.

Albero (2007) conclui dizendo:

O segundo esforço para regulamentar o “tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição” veio com a Lei nº 9.841, de 5 de Outubro de 1999. É o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, este contém 43 artigos e enfatiza os seguintes aspectos: previdência social, relações trabalhistas, linhas de crédito específicas para o setor e recursos federais para aplicação em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica (pg. 71).

Existem outras formas de procurar auxílio na abertura de um negócio, no financiamento de um negócio ou até mesmo na manutenção de um negócio já desenvolvido.

Com base nos informes do Sebrae, a instituição ganha destaque pela forma como contribui com o desenvolvimento das micro e pequenas no país. O Sebrae foi criado em 1972 como Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa (Cebrae) por meio do Governo Federal. Em 1990 a entidade se transformou em um serviço social autônomo, denominado Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Tais informações destacam que se trata de uma entidade civil sem fins econômicos, criada pela Lei nº 8.029, em 12 de Abril de 1990, pelo decreto nº 99.570 de 9 de Outubro de 1990, posteriormente, alterada pela Lei nº 8.154, de 28 de Dezembro de 1990. Especificamente o Sebrae São Paulo é uma entidade que tem em seu conselho administrativo representantes da iniciativa privada e do setor público. Essa composição visa sintonizar as ações que buscam estimular e promover as empresas de micro e pequeno porte com as políticas de desenvolvimento econômico e social.

Dessa forma o Sebrae contribui com os novos empresários empreendedores para que eles obtenham as condições necessárias para crescer e acompanhar um desenvolvimento econômico competitivo.

O Sebrae em meio a suas inúmeras atividades relacionadas possui políticas públicas que buscam promover o desenvolvimento, a sustentabilidade e o incentivo a formalização dos pequenos negócios.

Em São Paulo o Programa Empreendedor Individual auxilia aqueles que já possuem ou tem interesse em abrir seu próprio negócio, além deste programa podemos citar a Lei Geral das Micro e Pequenas empresas, o Super Simples Lei já adotada por alguns municípios da capital com uma legislação com tratamento diferenciado a Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) e o prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor direcionado aos prefeitos da cidade de São Paulo que mais incentivaram ou implementaram ações de apoio aos pequenos negócios e de incentivo à cultura empreendedora, entre outros.

Cursos, palestras, ensino a distância (EAD), consultoria, eventos, biblioteca, artigos, guias, cartilhas, legislação, apresentações, jornal e Tv Sebrae, estudo e pesquisas são exemplos das atividades de apoio desenvolvidas pela instituição.

Um dos estudos apresentados pelo Sebrae apontam a importância do micro e pequeno empreendedor na abertura de seus novos negócios, no Brasil existem 5,1 milhões de empresas,

desse total 98% são micro e pequenas empresas (MPES). Os pequenos negócios (formais e informais) respondem por mais de dois terços das ocupações do setor privado no segmento de confecções (SEBRAE).

O último serviço de apoio criado pelo Sebrae é o programa Negócio a Negócio que consiste em uma consultoria em gestão que leva orientação gratuita e personalizada aos donos de micro empresas e empresas individuais, sem que eles tenham que sair do seu negócio.

Para aqueles que ainda não possuem seus negócios e tem interesse ou a ideia de abrir seu próprio empreendimento uma das formas de angariar recursos são por meios de investidores anjos.

Esses anjos que procuram empreendedores somente para financiar suas ideias chegam a desembolsar até sete milhões de reais em investimentos e do mesmo jeito que o empreendedor procura um investimento, os “anjos” procuram os empreendedores.

No Brasil são mais de quatro mil anjos que movimentam cerca de quatrocentos e cinquenta milhões de reais no último ano, para convencer esses investidores o empreendedor precisa conter algumas informações que obviamente sejam favoráveis ao investimento.

Quanto você espera faturar? Quanto você vai ter que gastar para isso? Qual o valor de investimento necessário?

Com essas respostas o futuro empreendedor terá todas as etapas cumpridas para ir atrás de um investidor anjo. Algumas dicas para encontrar seu investidor anjo é ter um bom conselheiro, entender o mercado que irá participar conhecer seus clientes e desenvolver um bom plano de negócio.

Para os jovens empreendedores a opção pode ser a Semana Global do Empreendedorismo, consiste em um movimento internacional que envolve hoje mais de 120 países no mundo inteiro.

O site da Semana Global cita que em todos os anos durante o mês de Novembro centenas de organizações ao redor do mundo realizam milhares de atividades para inspirar, capacitar e conectar empreendedores. Na última edição o Brasil movimentou mais de 1 milhão e 700 mil pessoas participantes, foram 2429 atividades por todo país e o encontro alcançou a marca de 548 parceiros. Esse ano o evento já tem data marcada de 12 a 18 de Novembro (Semana Global do Empreendedorismo).

Com base em uma pesquisa bibliográfica e jornalística realizada recentemente, observamos diversos casos de sucesso de executivos que superaram a dificuldade do *start* inicial da empresa, um exemplo de grande empresa de sucesso e empreendedorismo no Brasil.

Publicado na Revista Exame (Julho 2011, edição 995) nos dias de hoje as Casas Bahia conta com um quadro com mais de 20 mil funcionários, e ocupa a 55ª posição no ranking de faturamento publicado pela revista Exame Melhores e Maiores com cerca de um faturamento em torno de R\$ 8.500,000,00 oito milhões e quinhentos mil reais.

Ao iniciarmos uma análise para as micro e pequenas empresas e seus casos de sucesso no cenário brasileiro podemos citar a rede de cafeterias Santo Grão, no mercado a 8 anos a empresa já atinge faturamento anual de R\$ 13 milhões anuais e possui cerca de 180 funcionários, o segredo na visão de Marco Kerkmeester é que cada novo negócio tem em seu funcionário um sócio e as promoções dos colaboradores na empresa são estabelecidas por critérios claros e objetivos de acordo com publicação na Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (Set/11).

A reportagem publicada na edição de Setembro de 2011 cita casos de sucesso como o de Luis Romel, 35 anos de idade, fundador do Clube Educação, site de compras coletivas relacionadas ao ensino e que possui sede em Salvador (BA). Ele se aproveitou do empreendedorismo de oportunidade ao notar a necessidade de descontos dos alunos e o dinheiro que as faculdades perdiam com as vagas não preenchidas. Em 6 meses a empresa já possui faturamento estimado em R\$600 mil reais e expectativa de alcançar um número de 500 mil cadastrados em seu site ao final de 2012.

Gustavo Caetano, 30 anos, é fundador da distribuidora de vídeos *online* Samba Tech, e é mais um de nossos cases de sucesso a empresa a 6 anos no mercado possui faturamento anual de R\$ 10 milhões, para atingir esse sucesso a empresa estabeleceu em sua estratégia a ideia de ter clientes de peso desde o início, segundo Gustavo esse foi um grande empurrão para uma nova empresa se tornar conhecida no mercado. Outra estratégia usada é direcionar o negócio para a distribuição de vídeos *online*, as grandes empresas procuravam e se interessavam pelo serviço. Gustavo ainda conclui que o uso das redes sociais é muito importante para promover sua marca, contudo a empresa não pode se sustentar em cima dessa única ferramenta e precisa ter reputação e ganhar endosso de seus parceiros.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Muitas pessoas compartilham o desejo de possuir seu próprio negócio, reforçamos nossa tese ao apresentarmos em nosso trabalho o número que as micro e pequenas empresas representam para nossa economia nacional.

O empreendedorismo é uma característica muito importante para a micro e pequenas empresas, pois o empreendedor é aquele que assume riscos mediante diversas análises de mercado, ambiente, entre outros fatores em que a empresa está inserida, pois somente assumindo riscos é que a empresa se torna competitiva. O mercado se torna cada dia mais preparado para enfrentar a grande competitividade que surgiram nos últimos anos em virtude da globalização e internacionalização do comércio e se as empresas não elaboram estratégias para se manterem neste mercado a mortalidade é uma consequência de tempo.

Por meio do embasamento teórico percebemos que o conceito de empreendedorismo tomou alguns sentidos diferentes durante o passar dos anos, concentramos nossa pesquisa naqueles

empreendedores que buscam sucesso em seus negócios, em suas empresas e quando centralizamos o estudo nas micro e pequenas empresas buscamos apontar as características e as similaridades entre aqueles que fazem sucesso.

Os empreendedores hoje se mostram cada vez mais preparados para suportar o desenvolvimento econômico e alcançar representatividade em sua área de atuação, o atual cenário demonstra com o decorrer dos anos cada vez mais uma diminuição no índice de mortalidade das micro e pequenas empresas, os motivos são inúmeros, a preparação para a abertura dos novos negócios, planejamento, organização, controle, planejamento estratégico, amor ao negócio, controle sobre seus problemas pessoais entre outros.

É essencial para as pequenas e médias empresas terem definidas suas diretrizes e traçar seus caminhos com base em análises do ambiente interno e externo, elaborando e colocando em prática um bom plano de negócios que é essencial para a sobrevivência das novas empresas, para superar o índice que vem diminuindo, mas significativo de empresas que começam e em curto período acabam não sobrevivendo.

Nos dias de hoje as empresas tem em seu ciclo de vida ascensão, apogeu e queda e sua taxa de mortalidade volta a crescer à medida que a empresa envelhece.

Importante destacar a influência das ferramentas de uma boa administração como um bom planejamento, que como exemplo, auxilie no controle de caixa para que a empresa cresça sem dividas, uma sólida construção de cenários para que a organização enfrente seus concorrentes em um mercado competitivo e de futuro incerto.

Contudo, concluímos que o empreendedorismo pode ser sim um diferencial de sucesso não somente para a abertura de uma empresa como também para sua manutenção e sobrevivência, aos empreendedores é de suma importância uma visão clara e objetiva da organização como um todo, enxergando todos os departamentos internos, o mercado onde a empresa está situada, suas tendências externas, as influências econômicas, as variações e alterações governamentais, e que ele possua em suas características princípios éticos, conhecimentos de gestão, habilidades e atitude!

## REFERÊNCIAS

ALBERO, André Luiz Pacheco. **Empreendedorismo, fator vital na sobrevivência das pequenas empresas**. FATEC, 2007.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas**, Editora Atlas S.A 2003.

BNDES. [www.bndes.gov.br/SiteBNDES](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES) – Acesso em Abril/2012.

CHÉR, Rogério. **Empreendedorismo na Veia: Um Aprendizado Constante**, Elsevier Editora Ltda, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 3ª Edição Editora Saraiva, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**, 3ª Edição Elsevier Editora Ltda, 2008.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**, 12ª Tiragem Elsevier Editora Ltda, 2001.

FONTES, Bruna Martins. **De Zero a 100: Um Manual para Sobreviver e Crescer**. CAVALCANTI, Glauco e TOLOTTI Marcia. **Empreendedorismo. Decolando para o Futuro**. Editora Elsevier e Sebrae, 2012.

HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**. 6ª Edição Editora Elsevier, 2002.

HEIDJEN, Kess Van Der – **Cenários: A Arte da Conservação Estratégica**. Tradução SOARES, Carlos Alberto Silveira Netto e MONTINGELLI, Nivaldo Junior – Porto Alegre: Bookman, 2004.

LOPES, Rose Mary A. **Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas**, Sebrae, Elsevier Editora Ltda, 2010.

PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. [www.revistapegn.globo.com.br](http://www.revistapegn.globo.com.br) – Acesso em Setembro/2011.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino. **Empreendedorismo: Dicas e Planos de Negócios para o século XXI**. 1ª Edição Editora Ibplex, 2010.

REVISTA ÉPOCA. <http://epocanegocios.globo.com/Revista/> – Acesso em Abril/2012.

REVISTA EXAME MELHORES E MAIORES 2011. <http://exame.abril.com.br/negocios/melhores-e-maiores> – Acesso em Maio/2012.

SEBRAE. [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) – Acesso em Abril/2012.

SEMANA GLOBAL DO EMPREENDEDORISMO – Acesso em Maio/2012. [www.semanaglobal.org.br](http://www.semanaglobal.org.br)