

**UNIVERSIDADE MOGI DAS CRUZES
EVANDRO RODRIGUES**

**EMPREENDEDORISMO:
UM PENSAMENTO FORA DA CAIXA**

**Mogi das Cruzes, SP
2017**

UNIVERSIDADE MOGI DAS CRUZES
EVANDRO RODRIGUES

EMPREENDEDORISMO:
UM PENSAMENTO FORA DA CAIXA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade de Mogi das Cruzes como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre Profissional em Ciência e Tecnologia em Saúde.

Área de Concentração: Gestão em Saúde.

Orientador: Prof. Dr. Andrea Bottoni

Mogi das Cruzes, SP
2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Universidade de Mogi das Cruzes - Biblioteca Central

Rodrigues, Evandro

Empreendedorismo: um pensamento fora da caixa / Evandro Rodrigues. - 2017.

B1 l.

Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência e Tecnologia em Saúde) - Universidade de Mogi das Cruzes, 2017

Área de concentração: Gestão em Saúde

Orientador: Prof. Dr. Andrea Bottoni

1. Empreendedorismo 2. Empreendedor 3. *Global Entrepreneurship Monitor* 4. Saúde I. Bottoni, Andrea

CDD 658.421

ATAS

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE APRESENTAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA EM SAÚDE DA UNIVERSIDADE DE MOGI DAS CRUZES

Às quinze horas do dia três de outubro de dois mil e dezessete, na Universidade de Mogi das Cruzes, realizou-se a defesa de dissertação intitulada "Empreendedorismo: Um Pensamento Fora da Caixa" pelo(a) candidato(a) **Evandro Rodrigues** para obtenção do grau de Mestre Profissional em Ciência e Tecnologia em Saúde. Tendo sido o número de créditos alcançados pelo(a) mesmo(a) no total de 45 (quarenta e cinco), a saber: 25 unidades de crédito em disciplinas de pós-graduação e 20 unidades de crédito no preparo da dissertação, o(a) aluno(a) perfaz assim os requisitos para obtenção do grau de Mestre Profissional. A Comissão Examinadora estava constituída dos Senhores Professores Doutores Andrea Bottoni e Katia Cristina Ugolini Mugnol da Universidade de Mogi das Cruzes, Ivan de Oliveira Silva da Universidade Braz Cubas sob a presidência do primeiro, como orientador da dissertação. A Sessão Pública da defesa foi aberta pelo Senhor Presidente da Comissão, tendo em seguida o(a) candidato(a) realizado a apresentação da dissertação. Concluída a apresentação, tiveram início as arguições pelos Membros da Comissão Examinadora. A seguir a Comissão, em Sessão Secreta, conforme julgamento discriminado por cada membro, considerou o(a) candidato(a)

APROVADO por UNANIMIDADE.
(aprovado(a) /reprovado(a)) (unanimidade/maioria)

Mogi das Cruzes, 03 de outubro de 2017.

Comissão Examinadora

[Assinatura]
Prof. Dr. Ivan de Oliveira Silva

[Assinatura]
Prof. Dr. Katia Cristina Ugolini Mugnol

[Assinatura]
Prof. Dr. Andrea Bottoni

Julgamento

APROVADO
(aprovado(a)/reprovado(a))

Aprovada
(aprovado(a)/reprovado(a))

APROVADO
(aprovado(a)/reprovado(a))

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, à minha família, aos meus amigos, aos professores e a todos os empreendedores do Brasil.

AGRADECIMENTOS

O desafio de elaborar um trabalho é muito grande e, sem sombra de dúvida, não poderia se concretizar sem o apoio e a colaboração de pessoas, às quais devo imenso agradecimento.

Ao Professor Doutor Andrea Bottoni que esteve presente em todas as etapas desse trabalho, hoje concretizadas, contribuindo com sua orientação, dedicação e incentivo.

À Professora Doutora Kátia Cristina Ugolini Mugnol, coordenadora do curso, pela atenção, acolhimento e orientação.

À Professora Doutora Marina Reis de Moura Campos, pela contribuição e incentivo.

Ao Professor Doutor Guilherme Costa Matsutari, pela orientação e estímulo.

À todos os funcionários da Universidade de Mogi das Cruzes, pelo profissionalismo e atenção.

Ao Prof. Márcio, Prof. Bernardo, Prof. Ivan, Profa. Tânia, Profa. Aline e Profa. Ana Paula, colegas de trabalho, que me apoiaram durante minha trajetória no curso de mestrado.

Aos colegas de curso, que puderam contribuir diretamente com meu aprendizado.

Empreendedor é a pessoa que vê oportunidades
onde outras pessoas veem somente ameaças.

Luiz Arnaldo Biagio, 2012.

RESUMO

O empreendedorismo está presente no cenário mundial, porém antes mesmo de querer empreender é necessário avaliar o contexto e essencialmente estar informado. A primeira etapa da metodologia adotada no presente trabalho é uma revisão da literatura narrativa que propôs investigar as evoluções do empreendedorismo no Brasil. Para tanto, utilizou-se de revisão bibliográfica e o método de pesquisa documental através da análise do IBGE, SERASA *Experian* e o GEM no período de 1997 a 2017. Consequentemente, observou-se que as condições foram favoráveis ao empreendedorismo no país. O desemprego e o desejo de se tornarem donos de seu próprio negócio aumenta o número na taxa de empreendedores por oportunidade e necessidade. A segunda etapa foi realizar busca nas bases de dados *PubMed*, *Scielo* e *Lilacs* no período de 1997 a 2017, utilizando os seguintes descritores de forma cruzada: *Entrepreneurship Brazil*, *Brazilian entrepreneur*, *Health entrepreneurship Brazil*, *Entrepreneurship necessity Brazil*, *Entrepreneurship opportunity Brazil*, *Crisis unemployment Brazil*. Foram encontrados artigos que atenderam os critérios de pesquisa. Os estudos em questão mostraram o processo empreendedor em empresas criadas por necessidade e o empreendedorismo na Enfermagem no estado de São Paulo. São necessários mais estudos sobre estratégias empreendedoras, principalmente na captação de clientes, o que possibilitaria a comparação da eficácia do empreendedorismo *versus* a captação de clientes, analisando quais estratégia transcorreriam com mais viabilidade de sucesso.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. *Global Entrepreneurship Monitor*. Saúde.

ABSTRACT

Entrepreneurship is present in the world scenario, but before even wanting to undertake it is necessary to assess the context, and essentially be informed. The first step in the methodology adopted in the present work is a review of the narrative literature that proposed to investigate the evolution of entrepreneurship in Brazil. In order to do so, we used bibliographic review and the documentary research method through the analysis of IBGE, SERASA Experian and GEM in the period from 1997 to 2017. Consequently, it was observed that the conditions were favorable to entrepreneurship in the country. Unemployment and the desire to become owners of your own business increases the number of entrepreneurs by opportunity and necessity. The second step was to search the PubMed, Scielo and Lilacs databases from 1997 to 2017, using the following cross-descriptors: Entrepreneurship Brazil, Brazilian entrepreneur, Health entrepreneurship Brazil, Entrepreneurship necessity Brazil, Entrepreneurship opportunity Brazil, Crisis unemployment Brazil. We found articles that met the research criteria, the studies in question showed the entrepreneurial process in companies created by necessity and entrepreneurship in Nursing in the state of São Paulo. More studies on entrepreneurial strategies are needed, especially in customer acquisition, which would allow the comparison of the effectiveness of entrepreneurship versus customer acquisition, analyzing which strategy would be most likely to succeed.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Global Entrepreneurship Monitor. Health.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Avaliando o envolvimento da população brasileira com empreendimento em estágio inicial.	43
Quadro 2: Avaliando o envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio estabelecido.....	44
Quadro 3: Identificação das empresas selecionadas.	57
Quadro 4: Caracterização dos empresários entrevistados.....	57
Quadro 5. Elementos das teorias empreendedoras dos sonhos e visionária...	58
Quadro 6: Elementos da teoria visionária	59
Quadro 7: Elementos da teoria visionária	60
Quadro 8: Resultados do Estudo.....	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos no Brasil entre os anos de 2014 e 2015	38
Tabela 2: Características do empreendedor brasileiro em 2015	50
Tabela 3: Empreendimentos com e sem CNPJ.....	53
Tabela 4: Percentual da população de 18 a 64 anos segundo a mentalidade empreendedora no Brasil em 2015	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentagem dos MEIs no total de janeiro a junho entre os anos de 2010 a 2016	35
Gráfico 2: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregado sem carteira assinada.....	36
Gráfico 3: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Conta própria	37
Gráfico 4: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregador.....	38
Gráfico 5: Evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil entre os anos de 2002 a 2015.....	39
Gráfico 6: Evolução das taxas de Empreendedorismo segundo estágios do empreendimento, Taxas de Empreendedores Nascentes e Novos no Brasil entre os anos de 2002 a 2015.....	40
Gráfico 7: Evolução da atividade empreendedora segundo a oportunidade como percentual da Taxa de Empreendedores Iniciais no Brasil entre os anos de 2002 a 2015.....	41
Gráfico 8: Evolução da proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos no Brasil entre os anos de 2010 a 2015	42
Gráfico 9: Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por gênero no Brasil em 2015.....	44
Gráfico 10: Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por faixa etária no Brasil em 2015	45
Gráfico 11: Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por nível de escolaridade no Brasil em 2015:.....	46
Gráfico 12: Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por faixa de renda no Brasil em 2015.....	47
Gráfico13: Principais órgãos de apoio procurados.....	51
Gráfico 14: Ano de constituição das empresas	65
Gráfico 15: Capital investido para abertura de empresa	65
Gráfico 16: Distribuição de empresas no Estado de São Paulo.	66
Gráfico 17: Identificação do Porte das Empresas.....	67
Gráfico 18: Objeto social	67

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
COFEN	Conselho Federal de Enfermagem
COREN	Conselho Regional de Enfermagem
CNEI	Conselho Nacional para o Empreendedor e a Inovação
CNES	Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CREDSOL	Crédito Solitário
EI	Empreendedor Individual
FAERJ	Federação de Automobilismo do Estado do Rio de Janeiro
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IESS	Instituto de Estudos de Saúde Suplementar
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
MEI	Microempreendedor Individual
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SENAT	Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte
SESI	Serviço Social da Indústria
SERASA	Centralização de Serviços dos Bancos
SUS	Sistema Único de Saúde
TTE	Taxa Total de Empreendedores
TEE	Taxa de Empreendedores Estabelecidos
TEA	Taxa de Empreendedores Iniciais

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	O que é considerado empresa de pequeno negócio no Brasil.....	18
1.2	Empreendedorismo cresce sem foco em inovação.....	19
1.3	Microempreendedores dominam criação de novas empresas.....	19
1.4	Condições especiais para se tornar microempreendedor individual.....	20
1.5	Crise econômica.....	22
1.6	Crise força trabalhadores para negócios próprios.....	22
1.7	Pesquisa do <i>Global Entrepreneuship Monitor</i> (GEM).....	24
1.7.1	Conceitos e Metodologias do GEM.....	25
1.7.2	Taxas de empreendedorismo com ou sem CNPJ no Brasil em 2015.....	27
1.8	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.....	27
1.9	Empreendedorismo na área da saúde.....	28
1.9.1	O surgimentos das Clínicas populares.....	28
1.9.2	Empreendedorismo na Enfermagem.....	29
2	OBJETIVO GERAL	31
2.1	OBJETIVO ESPECIFICO	31
3	METODO	32
3.1	Considerações Éticas.....	32
3.2	Estratégias de Busca.....	32
3.3	Descritores utilizados.....	34
3.4	Critérios de elegibilidade.....	34
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	35
5	CONCLUSÃO	74

1 INTRODUÇÃO

O nascimento do termo empreendedorismo está conectado ao desenvolvimento da palavra francesa *entre-preneur*, que na Idade Média, em uma operação militar destinava-se à responsabilidade de coordenação para um soldado (VERIN, 1982 apud FILION, 1999). Reis (2012) adota a técnica do esquartejador de ir por partes para o desmembramento desta forte palavra em três componentes: *entre-pre-neur*. *Entre* significa entre; *pre*, primeiro e *neur*, centro nervoso. Trata-se de entrar em novo mercado ainda não conhecido pelos demais. Cantilon (1734) descreve que era um costume de mercado pessoas assumirem os riscos destas operações para que algo fosse vendido. Era essencial que o produto fosse fabricado, transportado e estocado.

Iniciava-se assim o comércio, em que o clássico sistema econômico rural e corporativo era substituído por um novo tipo de comando, tornando-se necessário a presença de um intercessor entre as relações de compra e venda de mercadorias (SOUZA, 2006). O novo conceito de industrialização através da Revolução Industrial, compreendia o profissional assumindo riscos, supervisionando, planejando e organizado (FILION, 1998).

Em 1814, o economista francês Jean Baptiste Say (1767-1832) define o empreendedor como uma pessoa que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. Faz referência a pessoas visionárias, capazes de obter lucro a partir do surgimento de oportunidades, assumindo os riscos do negócio (CHIAVENATO, 2012).

A partir do século XX, através das obras do economista Schumpeter (1961), estabeleceu-se um considerável marco que define o empreendedor como um agente de transformações, adotando o termo de “destruição criadora” e diferenciando o conceito de empresário de empreendedor, termo esse utilizado para explicar a evolução tecnológica e as mudanças industriais que estavam

acontecendo. Schumpeter (1997, apud Souza, 2006) considerava que o progresso era resultado de um processo de destruição criativa, por meio da evolução de novas tecnologias. Os novos processos e os novos produtos eliminavam os antigos sistemas, deixando-os ultrapassados. Para ele, o empreendedor é a essência da inovação mundial, que torna obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios (CHIAVENATO, 2012).

Filion (1999) ressalta que a partir dos anos 80 o empreendedorismo cresceu e tornou-se presente em todas as áreas do conhecimento. É grande o número de pesquisadores nessa área de empreendedorismo e cada um deles trabalha na sua pesquisa de forma diferente, utilizando-se de variadas metodologias de estudo, apresentando uma diversidade cultural bastante grande.

Segundo Dornelas (2008), naquele período, o conceito de empreendedorismo foi muito difundido no Brasil, intensificando-se no final da década de 1990. Existem vários fatores como o desemprego e as ideias inovadoras que talvez expliquem esse repentino interesse pelo assunto, já que, principalmente nos Estados Unidos, país onde o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo empreendedorismo é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido.

No caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, empresas no Brasil tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado (DORNELAS, 2008).

Diante desse cenário, com a política de globalização, sobretudo nos mercados europeu, americano e asiático, governos do mundo inteiro passaram

a dar uma atenção especial a esse assunto, promovendo programas que incentivam seus cidadãos a empreenderem (DORNELAS, 2008).

No Brasil, não foi diferente, o movimento do empreendedorismo brasileiro ganhou força no início da década de 90. Os efeitos causados pela abertura da economia brasileira e da globalização fizeram com que as empresas nacionais procurassem alternativas para aumentar a competitividade, a fim de reduzir os custos, para assim se manterem no mercado. Uma consequência direta desse efeito foi o aumento do índice de desemprego no país. Com isto, ex-funcionários das empresas, então desempregados, começaram a criar seus próprios negócios sem muita experiência em planejamento, lançando mão de todos os recursos financeiros de que dispunham, assumindo, desta forma, riscos altíssimos (DORNELAS, 2008).

A maioria desses novos empresários acabou ficando na economia informal, devido a uma série de barreiras, tais como: dificuldade em obter crédito, altas taxas de juros, excesso de impostos, falta de apoio do governo, entre outros (DORNELAS, 2008).

Para Dornelas (2012), a ação do empreendedorismo brasileiro iniciada em 1990, mostrou que o Brasil se destaca na frente de muitos países. A proposta é a de se desenvolver, com sucesso, um programa de ensino ao empreendedorismo, semelhante ao dos americanos, para os quais, mais de duas mil escolas ensinam sobre o assunto. Acredita-se que o Brasil vai passar por uma nova etapa empreendedora nesta década, devido aos seguintes eventos: Copa do Mundo de Futebol de 2014 e Olimpíadas de 2016. Estes dois eventos estimularam novas oportunidades empreendedoras no Brasil e deram a oportunidade para os brasileiros assumirem, o papel de personagens nesta década.

Para o ex-diretor técnico do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Carlos Alberto dos Santos, a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2009 comprovou que o Brasil está

se recuperando e vive um ciclo virtuoso de crescimento ao empreendedorismo, devido a tendência natural das pessoas em empreender”, afirma.

Mesmo com a grave crise econômica que o país enfrentou, o SEBRAE divulgou o resultado da pesquisa mundial do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), realizada por Dornelas (2005), que mostra o país ocupando a primeira posição em empreendedorismo. E isso não é a primeira vez que ocorre. No ano de 1999/2000 o Brasil disparou no *ranking* de empreendedorismo deixando para atrás países participantes com maior taxa de habitantes economicamente ativa, como por exemplo os Estados Unidos. Mas, ao aprofundar-se na pesquisa divulgada pelo GEM, foi notado que naquela época havia mais empreendedores de necessidade que de oportunidade, devido ao alto índice de desemprego (DORNELAS, 2005).

Para melhor entendimento, podemos dizer que empreendedores de necessidades são pessoas que estão desempregadas e sem opção de renda, por isso partem para abertura de um tipo de empresa. Bem diferente dos empreendedores de oportunidades, que são visionários. Esses, ao identificarem uma carência em um determinado nicho, mal atendido no mercado, criam uma empresa na qual geram empregos e acumulam lucros (DORNELAS, 2005).

Diante disso, o Brasil está sempre nas primeiras posições entre países empreendedores e mesmo assim, ainda é um país considerado em desenvolvimento. A resposta mais clara é que os empreendedores daqui investem pouco em inovação. Assim, cabe ao SEBRAE assumir o papel de personagem e dessa forma propor e defender melhores condições na criação, gerenciamento e à educação empreendedora aos empreendedores brasileiros (DORNELAS, 2015).

Cabe ressaltar que decorrente de grandes mudanças nas relações internacionais entre nações e empresas, o empreendedorismo acabou sendo um fenômeno global entre o modo de produção, formação profissional e os mercados de trabalho. Além disso, no Brasil principalmente, trata-se de um tema

relativamente novo que se tornou mais conhecido por volta da década de 90 (SOARES, 2007).

Cardoso (2012) considera que aspectos como criatividade e capacidade de empreender são requisitos necessários e suficientes para o sucesso de qualquer negócio.

Cientificamente, Quandt (2009) afirma que a capacidade de aprendizagem e o empreendedorismo surgem como elementos facilitadores, para que empresas alcancem inovação, contribuindo com a proposição de Cardoso (2012), quando esse afirma que hábitos gerenciais surgem como elementos apoiadores do sucesso organizacional.

Para Schumpeter (1997), o papel do empreendedor na economia é de extrema importância, devido à introdução de novas combinações no mercado e ao desenvolvimento econômico. Empreendedorismo é a busca de novas direções, buscando diferenciais competitivos e de novas oportunidades de negócios, relacionadas à inovação, no desejo de fundar empreendimentos, na euforia de criar, de fazer as coisas e de praticar a eficácia com criatividade.

Já Gimenez e Inácio Junior (2006) definem empreendedorismo como “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares”, ou seja, para esses autores o empreendedorismo é a busca de oportunidades e o domínio dos ativos tangíveis.

Diante dos problemas da economia, o empreendedorismo vem se firmando como tendência e solução para o país. A população não pode mais esperar das grandes empresas a solução para o desemprego. O empreendedor, como gerador de novas empresas, passa a ser o eixo central da criação de novos postos de trabalho, intensificando transações econômicas e contribuindo para a competitividade de uma nação (PANTZIER, 2008).

Os empreendedores precisam aproveitar condições favoráveis ao seu desenvolvimento, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, para que iniciem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo, em valores culturais, na forma de ver o mundo. Diante de fatores de inovação tecnológica, o empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade (DOLABELA, 1999).

Para Dornelas (2001), o empreendedorismo envolve, primeiramente, o processo de criação de algo novo, de valor; em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer; e por fim, o empreendedorismo requer ousadia, que se assumam riscos calculados, que se tomem decisões críticas e que não se desanime com as falhas e erros.

Leite (2000) afirma que empreender significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente, e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade.

1.1 O que é considerado empresa de pequeno negócio no Brasil

Para Murad (2017), os pequenos negócios no Brasil representam 98,5% das empresas no País e 27% do Produto Interno Bruto (PIB), empresas essas que vão desde o Microempreendedor Individual (MEI) até empresas de pequeno porte (EPP), ocupando 52% dos empregos formais do país e 41,4% da massa salarial.

Segundo dados do site do SEBRAE-SP (2017), consideram-se pequenos negócios empresariais no Brasil empresas com o seguinte perfil:

- Microempreendedor Individual (MEI)
Receita bruta anual de R\$ 60 mil.

- Microempresa

Receita bruta anual de R\$ 60 mil a R\$ 360 mil.

- Pequena Empresa

Receita bruta anual de R\$ 360 mil a 3,6 milhões.

1.2 Empreendedorismo cresce sem foco em inovação

Segundo Fraga (2016), devido ao alto índice de desemprego no Brasil, aumentou o interesse das pessoas desempregadas na abertura de empresas de pequeno porte, evitando assim o aumento do emprego informal, mas o problema é que uma grande maioria dos novos empreendimentos desenvolve atividades pouco sofisticadas, sem foco em planejamento, sem inovação e podendo causar futuramente um declínio de sua empresa no mercado a qual atua.

Segundo Fraga (2016), em sua pesquisa aos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), aumentou a população que trabalha por conta própria de 22,9% entre abril e junho de 2014 para 25,9% no segundo trimestre de 2016, e no mesmo período, em torno de 11% permaneceu praticamente estável o percentual da população ocupada, atuando sem carteira profissional assinada. Isso está ocorrendo porque milhares de trabalhadores perderam seus empregos e, devido à dificuldade de se recolocarem no mercado de trabalho, decidiram montar um negócio próprio, em uma tendência chamada "empreendedorismo por necessidade".

1.3 Microempreendedores dominam criação de novas empresas

De acordo com a Serasa *Experian* (2016), a crescente formalização dos negócios é responsável pelo aumento constante desta modalidade de novos microempreendedores Individuais no Brasil. Em sete anos, o aparecimento destas novas empresas praticamente dobrou, saltando de 44% em 2010 para 80% no último levantamento efetuado em 2016.

Segundo o presidente do SEBRAE, Guilherme Afif Domingos (2016), muitos profissionais que se assumem microempreendedores já têm um plano de negócios na cabeça e a legislação vigente evita que eles desenvolvam isso na informalidade.

Atualmente, o Microempreendedor Individual (MEI) pode obter, no máximo, R\$ 60 mil de faturamento anual, pagam R\$ 51,85 de encargos ao mês entre contribuição previdenciária e tributos, podendo contratar um empregado que receba o piso da categoria ou um salário mínimo. Dos 20 ramos de atividade que concentram 80% dos novos negócios do MEI, 16 são de baixo valor agregado (MEI, 2017).

Este é o lado ruim para a expansão desses empreendimentos porque contribuem pouco para o aumento da inovação e da eficiência da economia brasileira, afirma Luiz Rabi, economista da Serasa *Experian* (2016).

1.4 Condições especiais para se tornar microempreendedor individual (MEI)

Conforme informações através do Portal do Empreendedor (2017), o Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Conforme já mencionado, para ser um MEI é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e seguir as seguintes condições:

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um Empreendedor Individual legalizado. Entre as vantagens oferecidas por essa lei está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilitará a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais. Além disso, o Empreendedor Individual será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL).

Pagará apenas um valor fixo mensal que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS, não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Com essas contribuições, o Empreendedor Individual terá acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença e aposentadoria.

De acordo com o SEBRAE (2017), o Empreendedor Individual – EI poderá trabalhar em sua residência e se formalizar através do Alvará de Funcionamento Provisório, específico para o Empreendedor Individual, concedido pelo Município, o qual regularizará: a instalação de sua empresa em áreas desprovidas de regulação fundiária legal ou com regulamentação precária; na residência do Empreendedor Individual, na hipótese em que a atividade não gere grande circulação de pessoas.

Conforme apresentado no Portal do Empreendedor (2017), adquirindo o MEI não poderá realizar cessão ou locação de mão-de-obra. Isso significa que o benefício fiscal criado pela Lei Complementar 128/2008 é destinado ao empreendedor e não à empresa que o contrata.

É permitido que o MEI, no seu ramo de negócio, venha a ser fornecedor ou prestador de serviço para pessoas físicas ou para uma ou mais empresas, emitindo notas fiscais. O que não é permitido é que o vínculo empregatício (emprego com carteira assinada) seja substituído pela condição de MEI, pois o benefício fiscal criado pela Lei Complementar 128/2008 é destinado ao empreendedor e não às empresas que o contratem. A contabilidade formal como livro diário e razão está dispensada. Não é preciso também ter livro caixa.

O MEI mensalmente deverá preencher um relatório de quanto o empreendimento faturou, emitindo notas fiscais. Pode ser escrita a próprio punho e não precisa ser enviada para nenhum órgão, basta guardá-lo. Além disso, o empreendedor deverá manter as notas fiscais de suas compras e vendas.

Também é preciso informar algum órgão federal, estadual ou municipal sobre o faturamento, uma vez por ano, no site www.portaldoprendedor.gov.br. O Empreendedor Individual deverá fazer uma declaração do seu faturamento correspondente ao ano anterior. Até fevereiro de 2017 o país tinha 6,7 milhões de MEIs existentes, portanto, o Microempreendedor Individual – MEI justifica mais uma alternativa de possibilidades de renda de trabalho, conforme o talento e a vocação da pessoa.

1.5 Crise econômica

Valle (2016) reconhece que chegamos à crise brasileira estabelecida em 2016 fugindo da questão econômica e passando pela questão de credibilidade. O governo brasileiro perdeu a credibilidade da nação, porque omitiu o verdadeiro motivo que a levou à atual crise econômica: a corrupção, que se estabeleceu em todas as esferas políticas.

Para a economista Matos (2016), apesar da grande expectativa de recuperação da economia, para o ano de 2017 não promete que será o fim da crise, tendo em vista que os principais motivos são decorrentes do momento de mudança pelo que passam a economia e a política.

Lima (2015), fazendo um comparativo entre a política monetária brasileira e o Produto Interno Bruto (PIB), inferiu que o Brasil está com dificuldades para controlar uma inflação de demanda, e os indícios para se afirmar isso são que o PIB está contraindo devido ao aumento do desemprego, o que acarreta uma redução da massa salarial trabalhadora e afeta a participação da riqueza do país.

1.6 Crise força trabalhadores para negócios próprios

Valle (2016) entende que a crise econômica de 2016 provocou grande estrago e prejuízo à economia brasileira. Entretanto, mesmo diante de uma situação adversa como essa, diversos empreendedores conseguiram superar essas dificuldades.

Para Belmonte (2016), o aumento do trabalho sem carteira assinada no Brasil ocorre de forma proporcional à queda no número de brasileiros formalmente empregados. Isso ocorre porque em dias de trabalho formal, trabalhadores gastam pelo menos duas horas entre ir e voltar do trabalho. Assim, devido ao desgaste físico e mental, uma grande parte opta por atividades informais, poupando o deslocamento.

Para Pamplona (2016), uma das grandes conquistas que ocorreu no Brasil em 2016 é um declínio de trabalhadores sem carteira assinada de 2012 para o primeiro semestre de 2016.

Segundo dados do Serasa (2016), na comparação entre o primeiro trimestre de 2016 com os primeiros trimestres anteriores até 2012, houve um declínio de trabalhadores sem carteira assinada.

Para Santana (2016), o Brasil está passando por um delicado momento, acarretado por problemas diretamente ligados à geração de empregos. Um fator interessante é que o aumento do desemprego e da diminuição dos postos de trabalho favorecem o aparecimento de empreendedorismo. Ainda segundo Santana (2016), trata-se de uma tendência nacional, pois no primeiro mês de 2016, mais de 300 pessoas procuraram pelo Sebrae/MS para esclarecer dúvidas sobre abertura de uma empresa. O número demonstra o aumento de 15% comparado ao mesmo período do ano passado.

Segundo Chelfi (2016) em um efeito dominó causado pela crise, empresários estão fechando suas empresas e partindo para o trabalho autônomo, sem a contratação de ajudantes. Isso vem ocorrendo devido ao custo do empregado, observando os encargos trabalhistas (INSS, FGTS e férias), benefícios legais, como planos de saúde e vale-transporte. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 351 mil indivíduos tiveram que fechar ou reduzir seus empreendimentos, no primeiro trimestre de 2016, a quantidade de empregadores caiu para 3,725 milhões, estimulando ainda mais o aumento do desemprego e forçando o empregador a fechar ou reduzir seus empreendimentos.

Também Delboni (2016) afirma que a crise vem gerando o desemprego no Brasil, levando-se em consideração que automaticamente houve a diminuição do número de pequenas e médias empresas. Seguindo este raciocínio, muitos empreendedores podem ter substituído empresas pequenas, com aproximadamente três ou quatro empregados, pelo trabalho autônomo, como estratégia, a fim de manterem-se com renda e livrarem-se do pagamento de tributos trabalhistas.

O presente problema no mercado de trabalho traz efeitos negativos para a economia, pois, ocorrendo o aumento do desemprego, isso acarreta na piora da arrecadação pública, no incentivo à criação de "formas alternativas" de contratação, na precarização do trabalho e na queda dos salários (Delboni, 2016).

Com a crise que o país vem enfrentando nos últimos anos, a capacidade de produzir mais com menos recursos vem gerando graves problemas para a economia, porque os serviços não são diferenciados, não trazem inovação e ainda por cima poucos utilizam a tecnologia ao seu favor. Segundo Bernard Appy (2016), economista e diretor do Centro de Cidadania Fiscal para evitar tais situações, pequenos empreendedores precisam ser orientados sobre seu produto ou serviço, o qual deve ser algo inovador para o consumidor.

Conforme Carvalho (2009), diversas pessoas são empresários legalizados, com ou sem sócios, a qual chamamos "a firma individual", podendo migrar para o MEI, porém, alguns requisitos deverão ser analisados com a ajuda de um contabilista para saber a real situação da empresa perante encargos municipais, estaduais e federais.

1.7 PESQUISA DO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* (GEM)

Para o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) empreendedorismo é um assunto mundial e de interesse para uma gama de pessoas, Órgãos

Governamentais e empresas, o programa de pesquisa do GEM teve início em 1999, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos (IBQP, 2016).

A cada ano é feita uma análise do nível nacional da atividade empreendedora ao nível mundial. Na sua primeira edição, em 1999, contou com os dados de 10 países e atualmente é considerado o mais profundo e difundido estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo, tendo quase 100 países em algumas edições. Em 2015, o estudo contou com 60 países, cobrindo 70% da população global e 83% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial (GEM Brasil, 2016).

Desde 2000, o Brasil participa do referido programa e em todos esses anos o empreendedorismo nacional se destacou em comparação com o mundo. Como forma de acompanhar a evolução dos dados da atividade empreendedora no país, o presente trabalho desenvolvido pelo GEM traz dados de todos os relatórios publicados do Brasil (GEM Brasil, 2016).

A pesquisa sobre o empreendedorismo no Brasil é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e consta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Em 2011, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV) tornou-se parceiro do projeto (GEM Brasil, 2016).

1.7.1 Conceitos e Metodologias do GEM

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) dispõe de um conceito próprio, no qual muitas vezes suas informações não coincidem com outras fontes, principalmente quando se tratam de registros administrativos, portanto, as comparações com outras fontes são possíveis, mas não sem antes serem estabelecidas as equivalências com conceitos e medidas adotadas. Estudos do GEM possuem dois diferenciais sobre o empreendedorismo. O primeiro é que o

foco da pesquisa está na pessoa física empreendedora, mais do que o empreendimento em si. Desta maneira, o levantamento dos dados é feito em fontes primárias, com indivíduos e não com empresas. Portanto, o fechamento da pesquisa sempre estará focado nos indivíduos empreendedores e em seus respectivos empreendimentos (GEM Brasil, 2016).

O segundo diferencial visa captar os diferentes tipos de empreendedores, sejam os empreendedores envolvidos com empreendimentos muito simples ou aqueles envolvidos em empreendimentos mais sofisticados. A pesquisa sobre o indivíduo trata de diversas questões sobre empreendedores e suas características, tais como: gênero, idade e escolaridade (GEM Brasil, 2016).

As informações sobre a pesquisa dos respectivos empreendimentos trata de questões sobre: estágio, porte, inovação e formalização. Pelo ponto de vista adotado pelo GEM, a pesquisa consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento (atividade autônoma), uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GEM Brasil, 2016).

A Pesquisa conta com uma população de 18 a 64 anos do país. Esses dados são coletados anualmente e os resultados obtidos fornecem informações quantitativas sobre indivíduos empreendedores no ano da coleta. Esses empreendedores são classificados como iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos que administram e são proprietários de um negócio considerado como consolidado (GEM Brasil, 2016).

Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários. Ao contrário dos nascentes, os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses. Já os empreendedores estabelecidos administram e são proprietários de um negócio considerado como consolidado, ou seja, que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração por mais de 42 meses ou podemos dizer por mais de três

anos. Tanto o empreendedor inicial quanto o estabelecido podem ser, por oportunidade ou, por necessidade (GEM Brasil, 2016).

1.7.2 Taxas de empreendedorismo com ou sem CNPJ no Brasil em 2015

No ano de 2015, a nova pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizada no Brasil, pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), estimou que 52 milhões de brasileiros com faixa etária entre 18 e 64 anos possuem uma empresa ou estão envolvidos com a criação de um negócio próprio. Em 10 anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 21%, para 39%.

Zuini (2015), ressalta que quatro em cada dez pessoas no Brasil estão envolvidos na formação de uma empresa, segundo a nova pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), 2015. Isso significa que a taxa de empreendedorismo no Brasil é a maior dos últimos 14 anos, estando na frente de países como Estados Unidos e China, mas ainda atrás dos vizinhos Chile e Equador.

1.8 Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

Segundo a Receita Federal do Brasil, o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) é um número único que identifica uma pessoa jurídica, cabendo informações, tais como: o nome da entidade, endereço, data de abertura, descrição da atividade econômica, natureza jurídica, verificação da situação cadastral na Receita Federal, entre outros dados que são de interesse das administrações tributárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Para o site Significados o CNPJ é a sigla de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica. É um cadastro onde todas as pessoas jurídicas e as equiparadas

(pessoas físicas que exploram em nome individual atividades com intuito de lucro) são obrigadas a se inscrever antes de iniciar as suas atividades.

1.9 EMPREENDEDORISMO NA ÁREA DA SAÚDE

Para Becker (2004) não existe a visão de que esta empresa prestadora de serviços em saúde, que executa exames e procedimentos clínicos não tenha apenas dificuldades financeiras, também podem ser observadas deficiências no que tange a uma postura empreendedora e também a falta de planejamento estratégico.

Pode-se dizer, portanto, que a abertura de um consultório tem muito a ver com a visão de oportunidade para negócio. No caso de um novo médico, a oportunidade gira em torno de criar uma base de pacientes. Já um médico, que esteja estabelecido na profissão, tudo gira em torno de refinar sua proposta de valor ao longo do tempo, a qual implica em manter seus pacientes, valendo-se de sua crescente experiência, (HIDOCTOR, 2016).

O gerenciamento de um consultório médico pode ser considerado como a gestão de uma empresa. Qualquer negócio, ou ramo de atividade, ou empresa, recebe um insumo ou uma informação, depois a analisa ou processa, e ao final fornece um produto ou um serviço, caracterizando assim, a participação de um fluxo de valor (MONT'ALVÃO, 2010).

1.9.1 O surgimento das Clínicas populares

Para Jakitas (2016), pela primeira vez em uma década, o mercado brasileiro de Operadoras de Planos de Saúde fechou em retração. Segundo dados do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), os planos de saúde sofreram uma queda de 766 mil beneficiários no ano de 2015, equivalente a 1,5% em relação a 2014, além da queda de contrato coletivo das empresas no qual o IESS registrou um saldo negativo de 404,8 mil vínculos, equivalente a 1,2% em relação a 2014 (Fonte: www.iess.org.br). Um dos motivos é a crise econômica e

o aumento do desemprego. Esse movimento, entretanto, tem servido de oportunidade para outro segmento, o de clínicas populares, que está em total crescimento no País.

Clínica popular atende uma população que não têm condições de pagar um plano de saúde ou que não conseguem acesso ao atendimento no sistema de saúde pública. Essas clínicas disponibilizam consultas com clínicos gerais e especialistas, prestando também atendimento odontológico e oferecendo acesso a exames e outros serviços médicos a valores acessíveis, sem burocracia e com atendimento rápido (DOCCTORMED, 2016).

Na visão de Cembranelli (2016) com o descaso do governo com a saúde está gerando grandes oportunidades aos empreendedores deste seguimento. A dificuldade de acesso ao SUS despertou o surgimento de clínicas populares como o Dr. Consulta, Clínica SIM e Clínica Fares e mesmo as clínicas que atendem convênios têm visto o seu volume de pacientes particulares aumentar. No entanto, para se privilegiar deste movimento é necessário ter preços especiais para consultas e exames, de modo que os seus clientes possam ter acesso a estes serviços.

Soares (2017) em um teste realizado por VEJA SÃO PAULO em quatro companhias deste seguimento, três delas tiveram problemas, como falhas no agendamento on-line, tempo de espera, estrutura física. Essas redes também não são aparelhadas para dar conta de atendimentos complexos e os valores de consultas estão entre R\$ 44,00 a R\$ 89,00.

1.9.2 Empreendedorismo na Enfermagem

A complexidade para se conseguir um emprego perante a instabilidade do mercado profissional de áreas distintas, redesenha a carreira das pessoas, fazendo surgir a necessidade de abrir um negócio próprio, de agir e de pensar como um empreendedor (ANDRADE, 2015, p. 41).

Segundo Santos (2006), por meio de parecer ministerial de 03 de setembro de 1946, a profissão de enfermeiro é reconhecida como profissão liberal.

Conforme divulgado no site do Conselho Regional de Enfermagem do Estado do Pará, link Registro de Empresas, o disposto no art. 1º da Lei nº 6.839, de 30 de outubro de 1980, está obrigada ao registro no COREN competente, toda empresa basicamente destinada a prestar e/ou executar atividades na área da Enfermagem, inclusive sob as formas de supervisão e de treinamento de recursos humanos, ou que, embora com atividade básica não especificamente de enfermagem, presta algum desses serviços a terceiros (COREN, 2013).

2 OBJETIVO GERAL

Identificar o perfil do empreendedor brasileiro para auxiliar a abertura de negócios rentáveis.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICO

Na perspectiva de acrescentar e facilitar o alcance do objetivo principal da pesquisa, o trabalho também tratou de:

- Entender os empreendedores de necessidade e os de oportunidade;
- Demonstrar a tendência do empreendedorismo no Brasil.

3 METODO

A metodologia adotada no presente trabalho trata de uma revisão da literatura narrativa, a qual viabilizou a integração de estudos experimentais e não experimentais, com o objetivo de proporcionar uma completa compreensão de como se dá empreendedorismo no Brasil. As relações de dados da literatura, teórica e empírica, propiciaram a incorporação de um amplo leque de propósitos: definição de conceitos, revisão de teorias e evidências e análise de problemas metodológicos (CORDEIRO, 2007).

A revisão da literatura narrativa, comparada à revisão sistemática, expõe uma temática mais aberta, jamais exigindo um protocolo firme para sua elaboração. A busca das fontes não é pré-determinada e específica, e isso a torna constantemente menos abrangente. A seleção dos artigos é arbitrária, provendo o autor de informações sujeitas a viés de seleção (CORDEIRO, 2007).

3.1 Considerações Éticas

Por ser uma pesquisa que utiliza dados secundários, não foi necessária a apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa.

3.2 Estratégias de busca

Foram utilizadas as bases *Scielo*, *Lilacs* e *Pubmed*.

- *SCIELO* – Scientific Eletronic Library Online é um projeto consolidado de publicação eletrônica de periódicos científicos seguindo o padrão de Open Access, que concede de modo gratuito, na Internet, os textos completos dos artigos de mais de 209 revistas científicas do Brasil, Chile, Cuba, Espanha, Venezuela e outros países da América Latina.

- *LILACS* que é uma base de dados cooperativa da Rede BVS que entende a literatura relativa às ciências da saúde, publicada nos países da América Latina e Caribe.

- *PUBMED* é uma ferramenta de busca de livre acesso á base de dados *MEDLINE* que é uma base de dados da literatura internacional da área médica e biomédica, produzida pela NLM (National Library of Medicine, USA) e que contém referências bibliográficas e resumos de mais de 5.000 títulos de revistas

publicadas nos Estados Unidos e em outros 70 países.

O eixo inicial da pesquisa foi selecionar artigos relacionados ao Empreendedorismo, Empreendedor por Necessidade e Empreendedor por Oportunidade nas áreas relacionada a saúde. Após a localização do material proposto, houve uma nova busca com intuito de obter material científico para elaboração do referencial teórico com definições, estratégias, ferramentas apropriadas ao tema Empreendedorismo.

Com o objetivo de comparar a evolução do empreendedorismo no Brasil entre os anos de 2002 a 2016, a pesquisa foi realizada com base em dados secundários originários de três fontes distintas, IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, SERASA *Experian* e o GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*.

O IBGE se estabelece como fornecedor de dados e informações do País, que respondem às necessidades dos mais variados segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas Governamentais Federal, Estadual e Municipal (IBGE, 2017).

A Serasa Experian é uma empresa brasileira de análises e informações para decisões de crédito e apoio a negócios. Faz parte do grupo Experian. A Serasa Experian age por meio de tratativas com empresas de informações de todos os continentes (SERASA, 2017).

O GEM é o maior projeto de pesquisa internacional que pretende medir e analisar a orientação dos indivíduos de um país para a atividade empresarial e que condições favorecem o aumento e desenvolvimento do Empreendedorismo. É o maior estudo anual sobre a dinâmica empresarial no mundo. O primeiro relatório foi produzido em 1999, com a análise de 10 países apenas. Desde então, quase cem países se associaram ao projeto, que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. No Brasil a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), um serviço social autônomo brasileiro,

que objetiva auxiliar o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país (Sebrae, 2017).

3.3 Descritores utilizados

As pesquisas foram realizadas utilizando os seguintes descritores de forma cruzada como: *Entrepreneurship Brazil*, *Brazilian entrepreneur*, *Health entrepreneurship Brazil*, *Entrepreneurship necessity Brazil*, *Entrepreneurship opportunity Brazil*, *Crisis unemployment Brazil*.

3.4 Critérios de Elegibilidade

Para atender a elegibilidade da pesquisa foram utilizados como critérios os seguintes itens: o ano de publicação (textos no período de março de 1997 a 2017), textos relacionados com o tema em estudo, textos selecionados de artigos científicos publicados na língua estrangeira, textos completos, textos que estavam disponíveis gratuitamente.

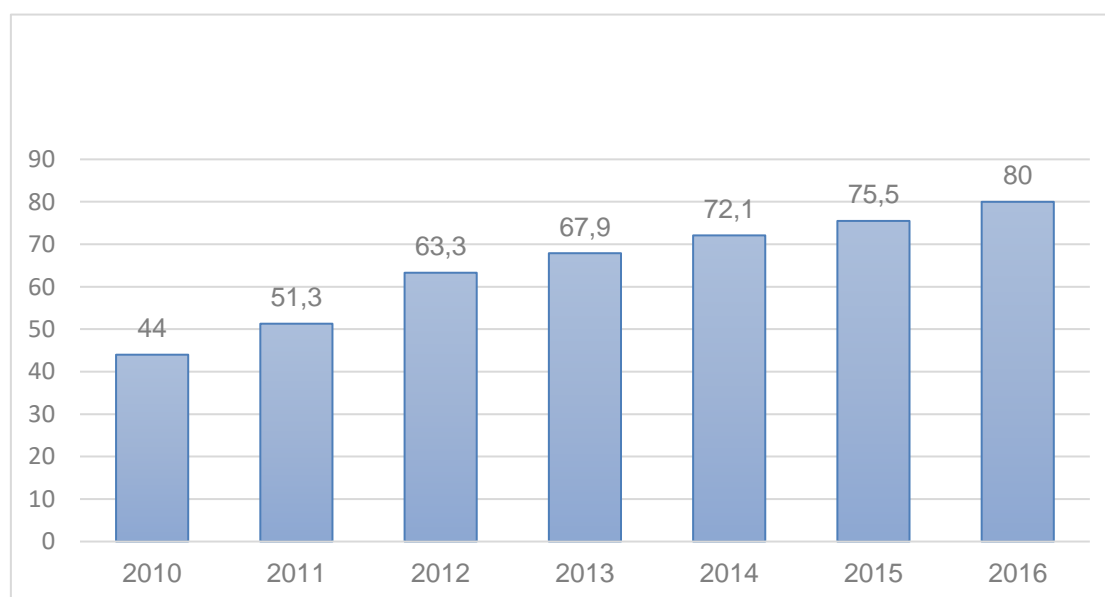
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O empreendedorismo é progressivamente uma opção para a nação brasileira em dois aspectos, colocar em prática a ideia visionária por conta própria ou para os afetados com a presente crise econômica.

A globalização, agindo como um processo econômico e social que institui a integração entre os países e as pessoas do mundo todo, viabilizou a geração de empresas capacitadas em vários seguimentos, fornecendo suporte para as de grande porte (LISBOA, 2012).

O gráfico 1 demonstra os dados estatísticos dos institutos IBGE e Serasa *Experian*, realizados nos períodos de 2010 a 2016. Apontam para um crescente aumento de Microempreendedores Individuais no Brasil, chegando a 80% no ano de 2016, aproximadamente o dobro, se comparado a 2010, que foi de 44%. Entre os períodos de 2012 a 2016, as pesquisas apresentam, com precisão, a grande procura de pessoas buscando alternativas para trabalhar como MEI.

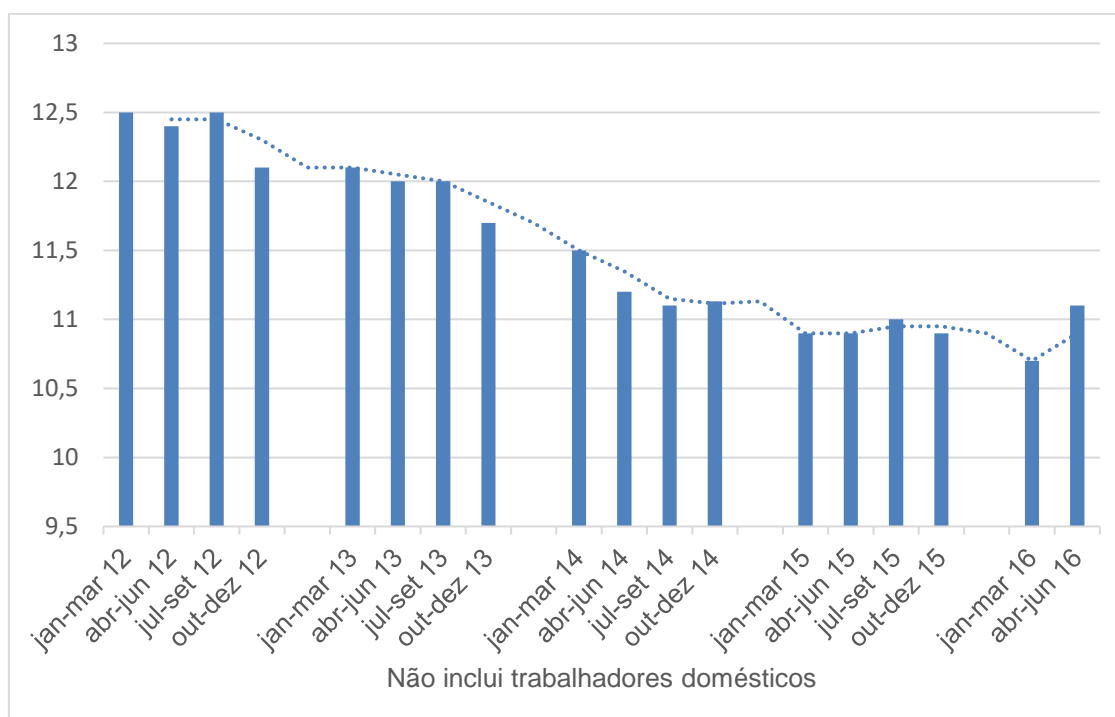
Gráfico 1: Porcentagem dos MEIs no total de janeiro a junho entre os anos de 2010 a 2016



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

A crise financeira força indivíduos sem opção de emprego a partir para negócios próprios, o gráfico 2 demonstra a comparação entre o primeiro trimestre de 2016 com os primeiros trimestres anteriores até 2012. Houve um declínio de trabalhadores sem carteira assinada, ocorrendo um leve aumento para o segundo trimestre de 2016.

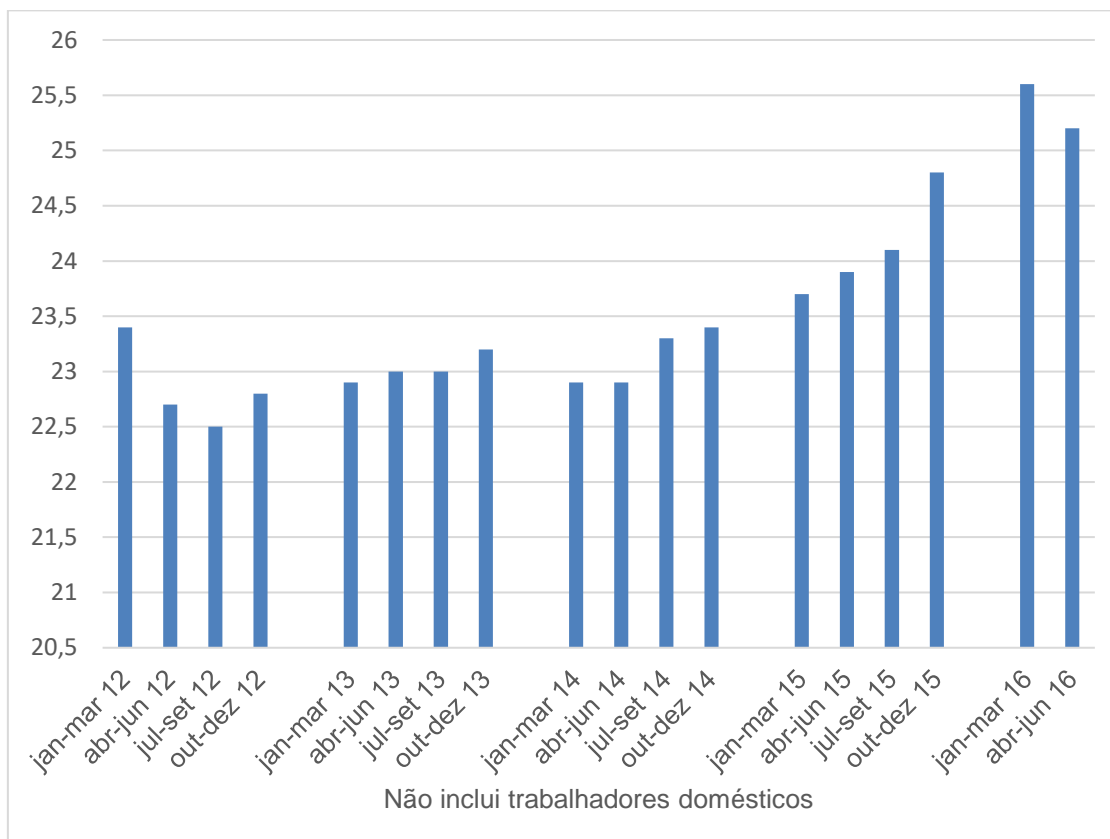
Gráfico 2: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregado sem carteira assinada



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

Para a Serasa (2016), a porcentagem dos trabalhadores por conta própria, entre o primeiro semestre de 2016 aos primeiros e segundos semestres dos anos anteriores até 2012, aumentou em 25,6%, enquanto nos anos anteriores manteve-se em uma média de 23%, como mostra o gráfico 3.

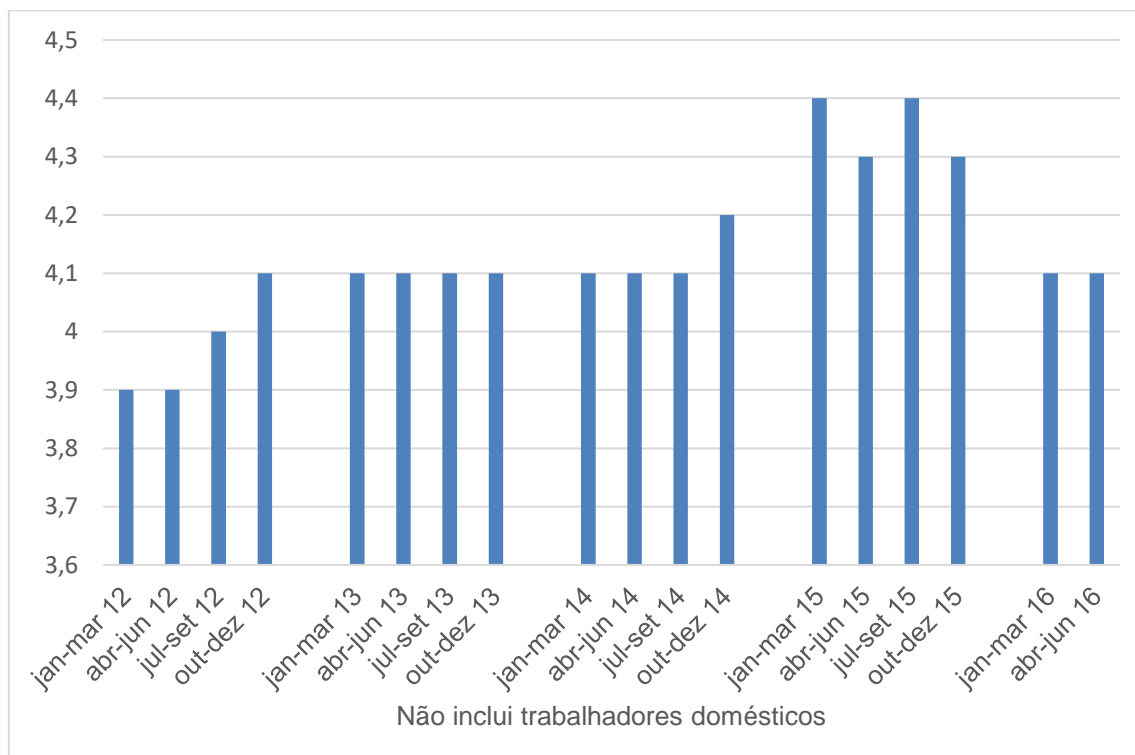
Gráfico 3: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Conta própria



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

De acordo com Afit (2016), do Sebrae, o gráfico 4 mostra o declínio de 4,4% do total da população ocupada no terceiro trimestre de 2015 para 4,1% entre abril e junho de 2016.

Gráfico 4: Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregador.



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

A pesquisa do GEM demonstrou que as taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos no Brasil entre os anos de 2014 e 2015 aumentaram conforme apontados na tabela 1. Deste total, metade corresponde a empreendedores novos, ou seja, com menos de três anos e meio de atividade, e a outra metade aos donos de negócios estabelecidos há mais tempo, como mostra a tabela 1.

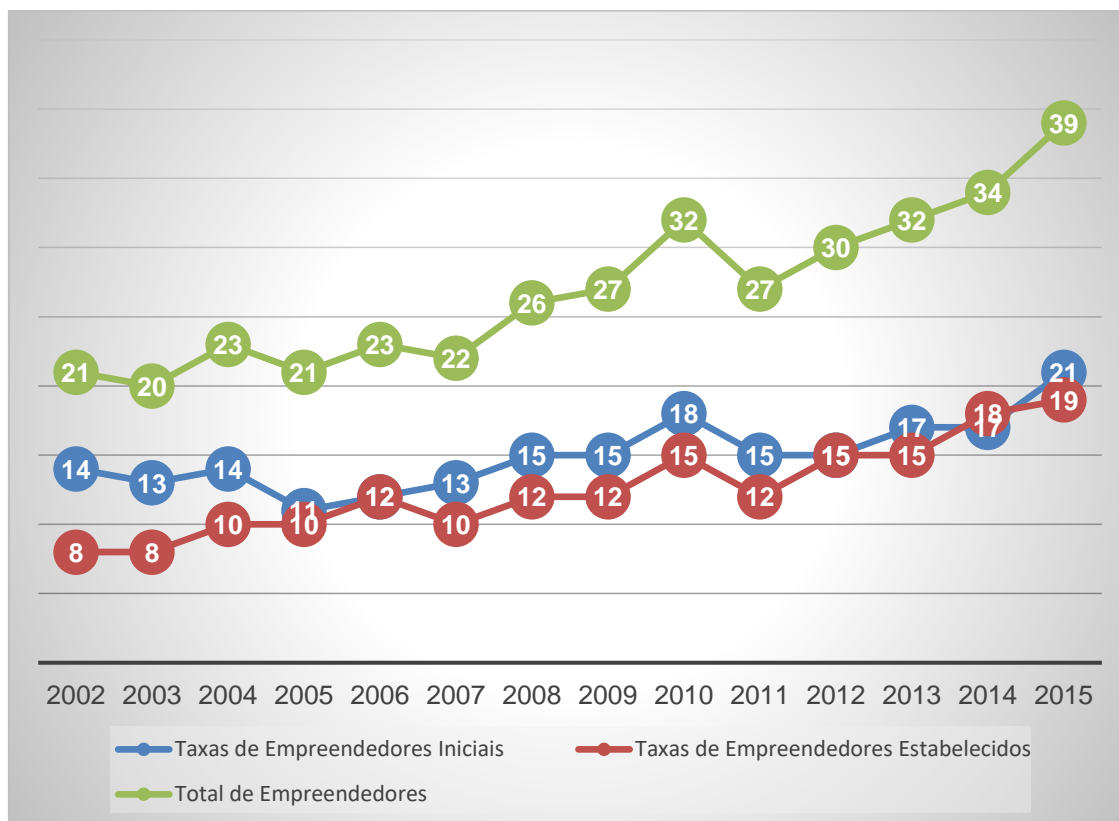
Tabela 1 – Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos no Brasil entre os anos de 2014 e 2015

Estágio	2014	2015
Iniciantes	17,2	21
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de Empreendedores	34,4	39,3

Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado. Percentual da população de 18 a 64 anos.

Quando comparada à Taxa Total de Empreendedores (TTE) de 2014 a de 2015, observa-se que essa taxa sofreu um aumento significativo de 34,4% para 39%, intensificando a trajetória de crescimento observada desde 2011 demonstrado no gráfico 5.

Gráfico 5 - Evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil entre os anos de 2002 a 2015

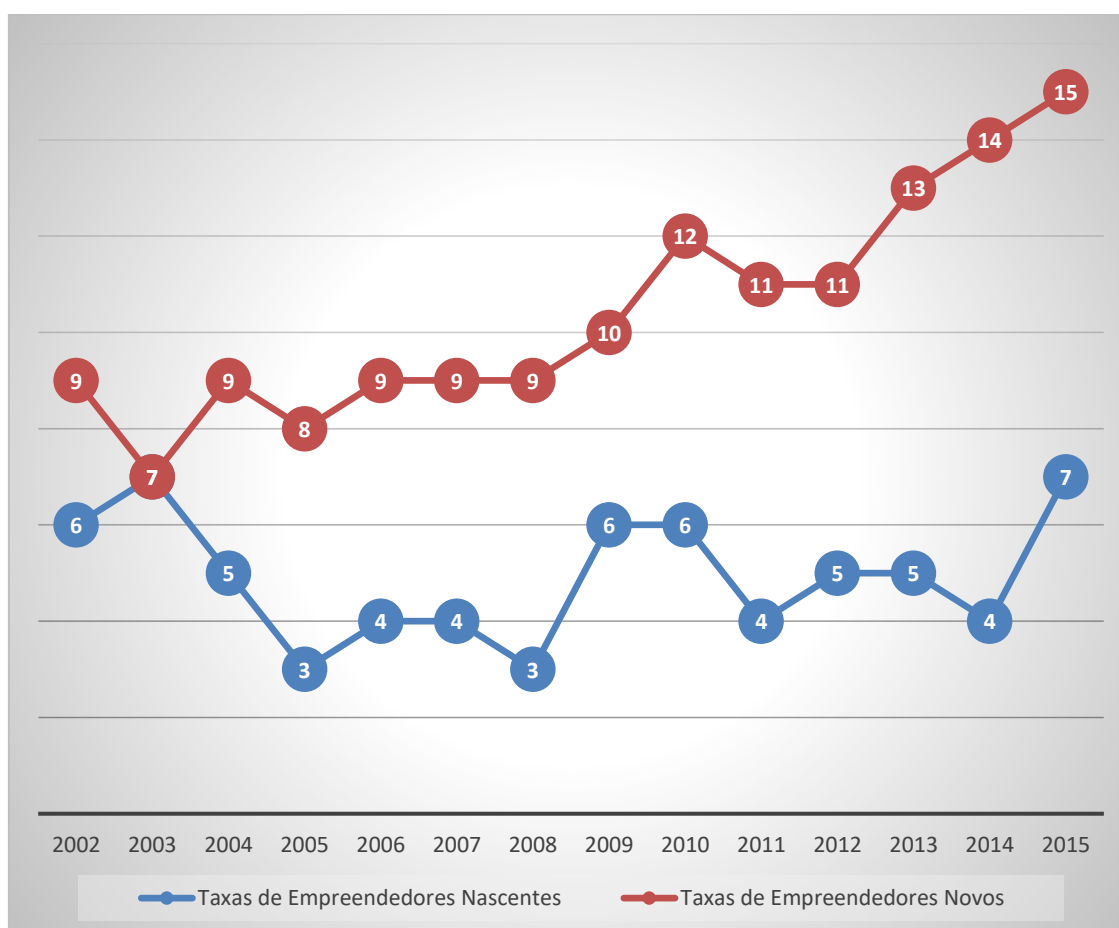


Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.
Percentual da população de 18 a 64 anos.

Conforme apontado no gráfico 6, a variação na taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), de 2014 a 2015 exerceu pouca influência no aumento da taxa total (TTE) de 17,5% para 18,9%. O aumento da Taxa Total de Empreendedores de 2014 para 2015 foi determinado pelo aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais (TEA), que foi de 17% em 2014 e de 21% em 2015. Podemos considerar que este aumento na taxa de empreendedores iniciais (TEA) está atrelado principalmente pelo aumento na taxa de empreendedores nascentes, que aumentou de 3,7% em 2014 para 6,7% em 2015.

A taxa de empreendedores novos exerceu menor influência se comparado a taxa de empreendedores iniciais do ano de 2014 a 2015, com um leve aumento de 13,8% para 14,9%. O aumento na taxa de empreendedores nascentes foi fator determinante para o crescimento da taxa total de empreendedorismo (TTE) de 2014 para 2015 em nosso país. Quando avaliada a proporção de empreendedores motivados por oportunidade em relação ao total de empreendedores iniciais, observou-se, em 2015, uma alteração em relação aos anos de 2012 a 2014.

Gráfico 6 - Evolução das taxas de Empreendedorismo segundo estágios do empreendimento, Taxas de Empreendedores Nascentes e Novos no Brasil entre os anos de 2002 a 2015.

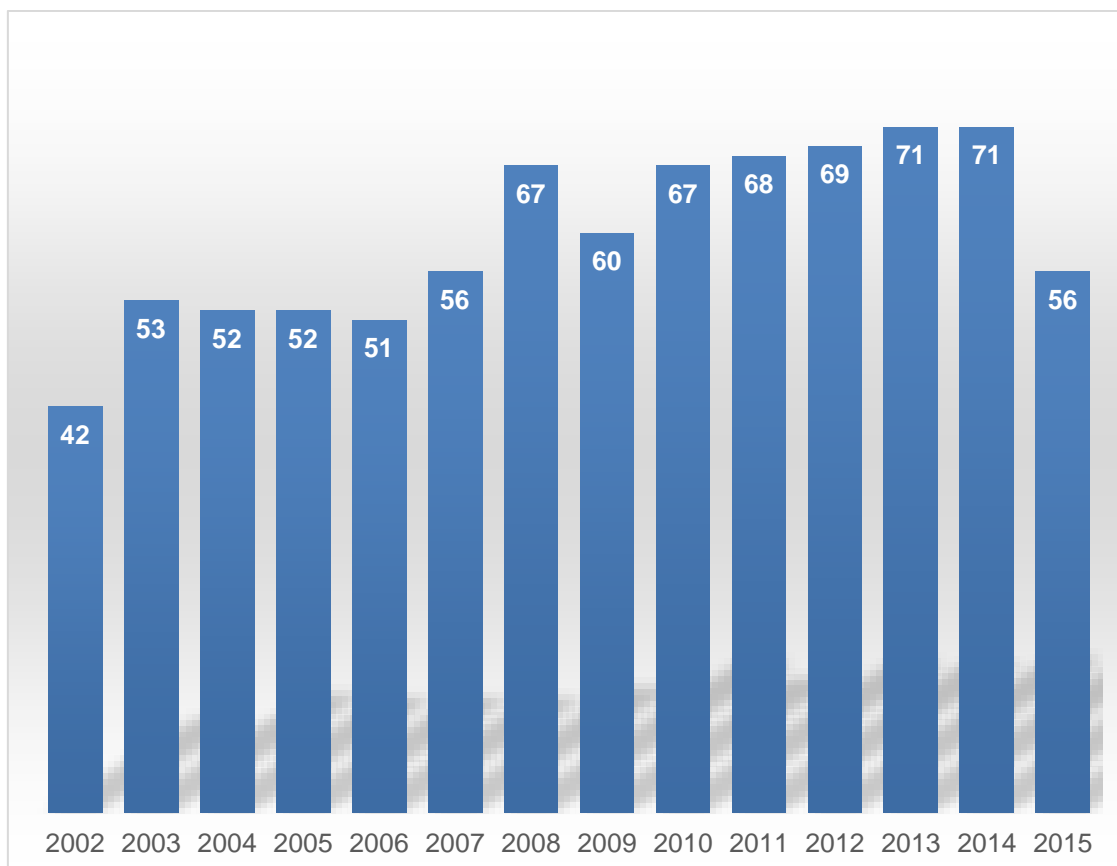


Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.
Percentual da população de 18 a 64 anos.

No gráfico 7 a evolução da atividade empreendedora, segundo a oportunidade, como percentual da Taxa de Empreendedores Iniciais no Brasil entre os anos de 2002 a 2015 chama a atenção para os anos de 2012, 2013 e

2014, nos quais a proporção manteve-se próxima dos 70%. Em 2015 ocorreu uma significativa redução, chegando a 56,5% (GEM Brasil, 2016).

Gráfico 7 - Evolução da atividade empreendedora segundo a oportunidade como percentual da Taxa de Empreendedores Iniciais no Brasil entre os anos de 2002 a 2015

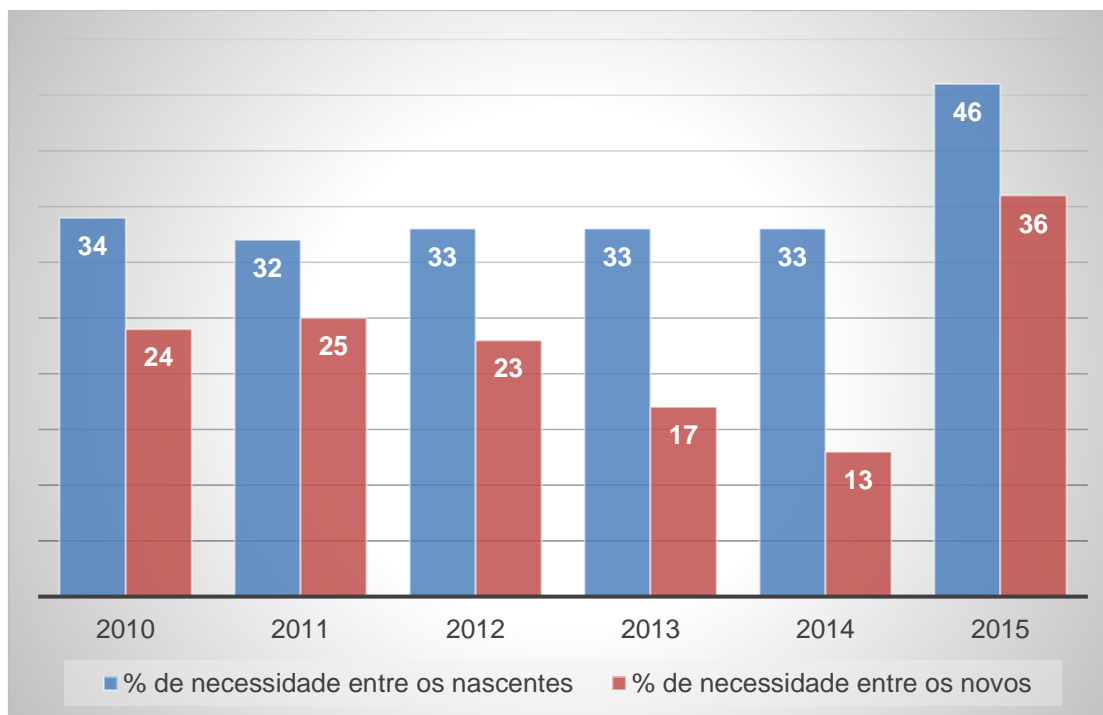


Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.
Percentual da população de 18 a 64 anos.

Analisando os estágios para cada caso dos empreendedores iniciais, notou-se que a proporção de empreendedores, por necessidade, aumentou tanto para os novos quanto para os nascentes.

Demonstrado no gráfico 8, os empreendedores nascentes mantiveram-se estáveis em 33%, com uma evolução passando para 46% para o ano de 2015, diferente dos empreendedores novos que estiveram em declínio entre os anos de 2011 a 2014, ocorrendo um aumento significativo de 36% para o ano de 2015.

Gráfico 8 - Evolução da proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos no Brasil entre os anos de 2010 a 2015



Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.
 Percentual da população de 18 a 64 anos.

A análise dos gráficos sobre as taxas de empreendedorismo no Brasil, possibilitou aferir que aumentou o número de empreendedores, principalmente entre os anos de 2014 e 2015. Fazendo um comparativo entre os empreendedores por *necessidade os novos* em relação aos empreendedores por *necessidade os nascentes*, podemos observar que os dois grupos tiveram um aumento significativo nesses anos, porém, o grupo dos nascentes foi mais impactado pelo empreendedorismo (GEM Brasil, 2016).

A diferenciação de empreendedores em estágio inicial dos empreendedores estabelecidos acontecem da seguinte forma: pela população adulta, a partir dos 18 anos de idade; pela taxa de empreendedores em estágio inicial, os quais estão ativamente envolvidos na criação de novos negócios ou à frente de empresas, com no máximo três anos e meio de existência. A outra categoria se refere ao universo de empresas estabelecidas há, pelo menos, três anos e meio de existência (Empreendedor, 2009).

Os quadros 1 e 2 estão avaliando o envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio inicial e estágio estabelecido. No quadro 1, avaliando o envolvimento da população brasileira, tanto em empreendimentos em estágio inicial quanto em estágio estabelecido, pôde-se perceber que os empreendedores masculinos e femininos são igualmente ativos e a faixa etária dos 25 aos 34 anos é de indivíduos mais ativos em relação a faixa etária dos 55 aos 64 anos de idade.

Quadro 1 - Avaliando o envolvimento da população brasileira com empreendimento em estágio inicial

Homens e mulheres	Igualmente ativo
Faixa etária dos 25 aos 34 anos	Indivíduos mais ativos
Faixa etária dos 55 aos 64 anos	Indivíduos menos ativos
Escolaridade: Segundo Grau Completo	Indivíduos mais ativos
Escolaridade: Superior Completo	Indivíduos menos ativos
Renda familiar: 6 a 9 salários mínimos	Indivíduos mais ativos
Renda familiar: Inferior a 6 salários mínimos	Indivíduos menos ativos

Se, por um lado os mais jovens estão entre os que mais querem abrir o próprio negócio, são os mais experientes que seguem firmes no mercado, de acordo com pesquisa realizada pelo GEM, em 2016.

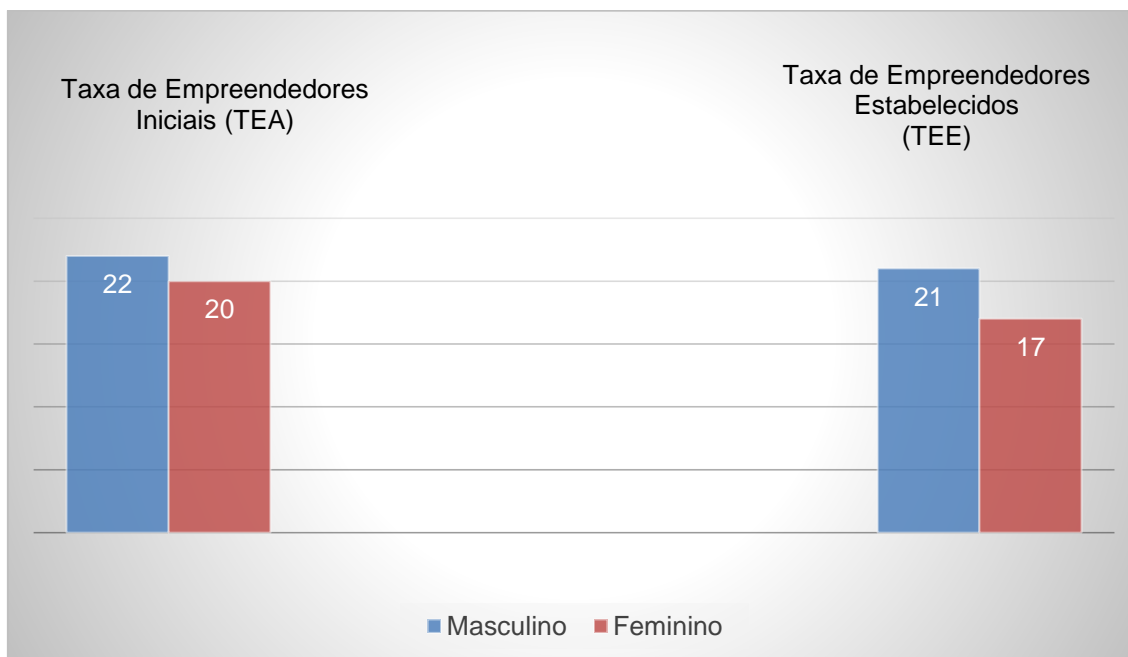
O quadro 2 mostra que a faixa etária mais ativa em empreendedorismo é dos 45 aos 54 anos em relação a faixa etária dos 18 aos 24 anos de idade e os homens são mais ativos em relação as mulheres. Sobre a escolaridade os indivíduos com escolaridade inferior ao primeiro grau são mais ativos aos indivíduos com superior completo. A renda familiar é mais ativa para indivíduos com 3 a 6 salários mínimos e acima de 9 salários mínimos

Quadro 2 - Avaliando o envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio estabelecido

Homens e mulheres	Homens são mais ativos
Faixa etária dos 45 aos 54 anos	Indivíduos mais ativos
Faixa etária dos 18 aos 24 anos	Indivíduos menos ativos
Escolaridade: Inferior ao primeiro grau	Indivíduos mais ativos
Escolaridade: Superior Completo	Indivíduos menos ativos
Renda familiar: 3 a 6 salários mínimos e acima de 9 salários mínimos	Indivíduos mais ativos
Renda familiar: Inferior a 3 salários mínimos	Indivíduos menos ativos

O gráfico 9 demonstra que tanto na taxa de empreendedores iniciais como estabelecidos, os homens são mais ativos em relação as mulheres.

Gráfico 9 - Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por gênero no Brasil em 2015

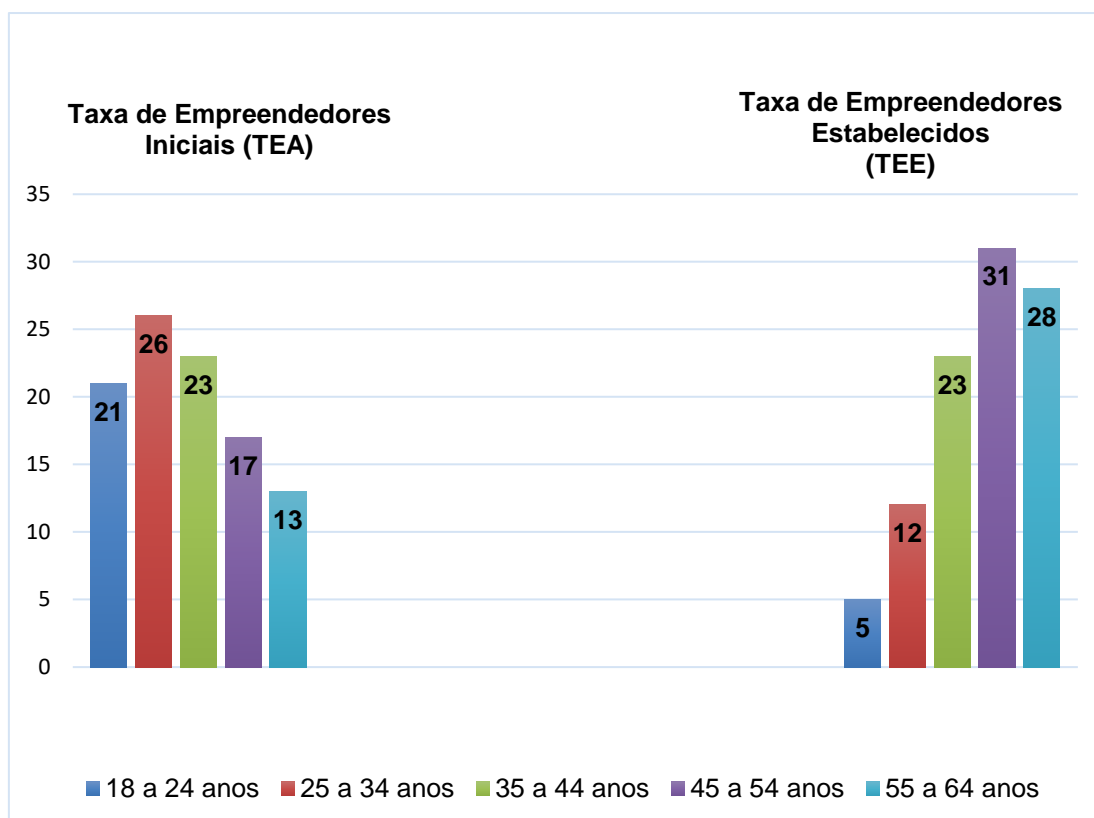


Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.
 Percentual de Empreendedores na população específica de cada gênero.

No gráfico 10, o percentual de empreendedores da população de cada faixa etária, em relação ao estágio inicial dos estabelecidos, possui suas diferenciações. Dos iniciais, a faixa etária de 18 a 24 anos de idade é maior em

21%, em relação aos estabelecidos com 5%. A faixa etária de 25 a 34 anos de idade é mais para os iniciais, com 23% em relação aos estabelecidos com 12%; mantendo-se igual em 23% para a faixa etária de 35 a 44 anos. A faixa etária de 45 a 54 anos é menor para os iniciais em comparação aos estabelecidos com e a faixa etária de 55 a 64 anos de idade para os iniciais com percentual de 13% é inferior em relação aos estabelecidos com 28%, (GEM, 2016).

Gráfico 10 - Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por faixa etária no Brasil em 2015

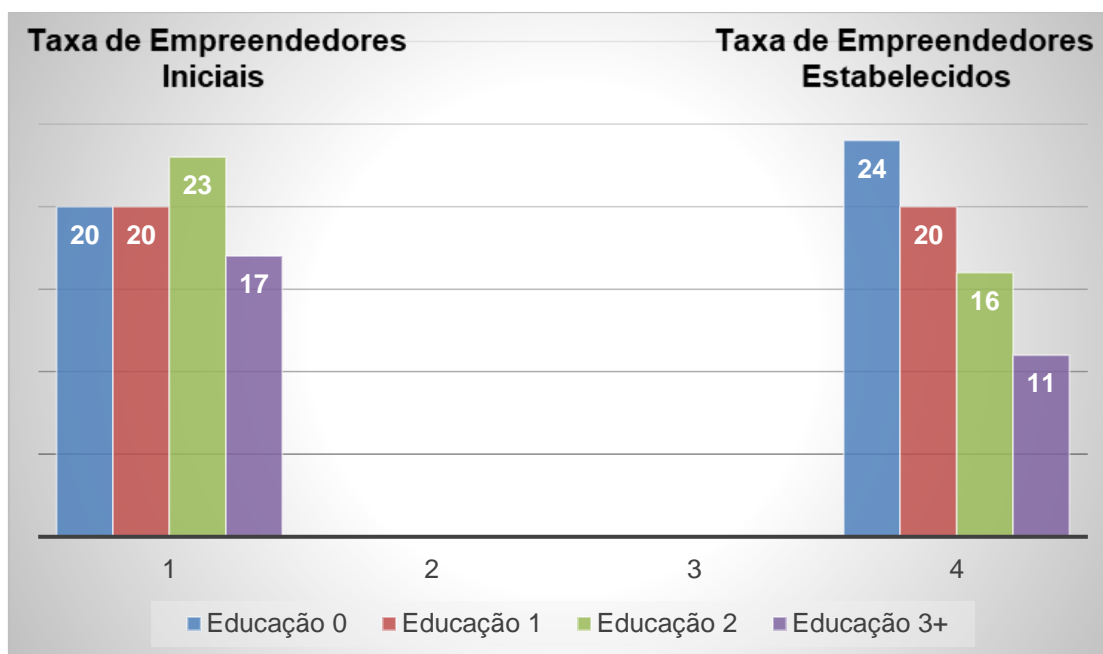


Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado

Demonstrado no gráfico 11 indivíduos em estágio inicial sem nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto, possuem 20% de participação e são inferiores em relação aos estabelecidos com 24% de participação, primeiro grau completo e segundo incompleto. Primeiro grau completo e segundo incompleto tanto para estabelecidos como para iniciais estão com 20%. Segundo grau completo e superior incompleto os empreendedores iniciais possuem 23%, já os estabelecidos com 16%. As taxas iniciais para superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo,

doutorado incompleto e doutorado completo são superiores com 17% em relação aos estabelecidos com 11%.

Gráfico 11 - Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por nível de escolaridade no Brasil em 2015



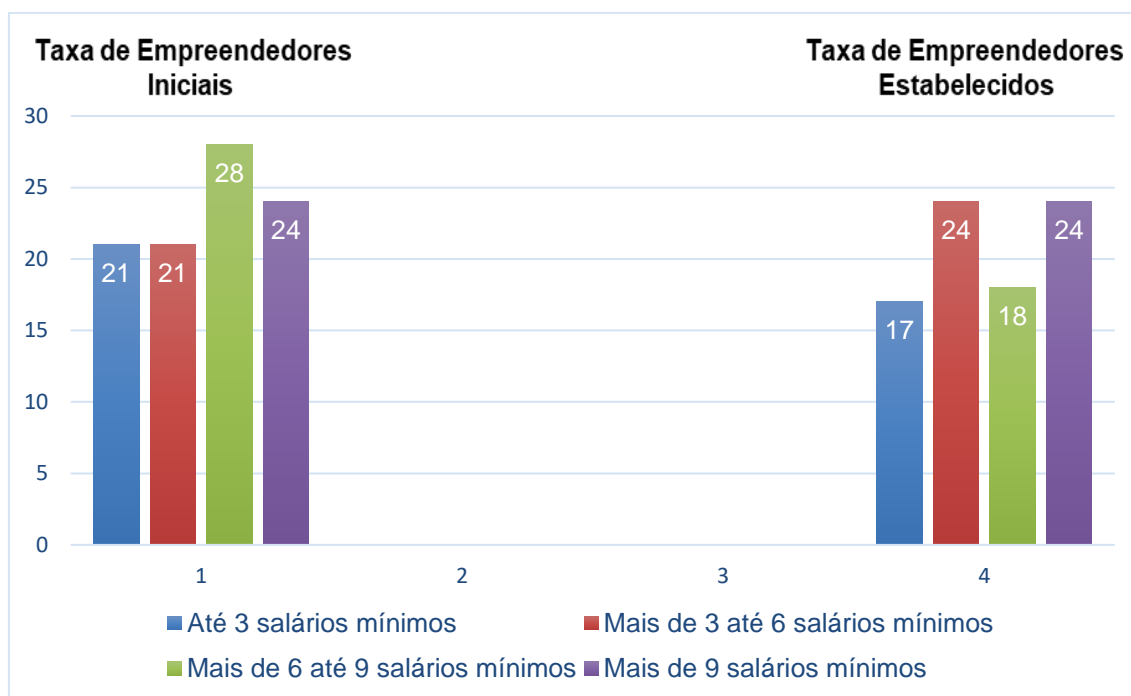
Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.

¹ Percentual de empreendedores na população específica de cada nível de escolaridade.

² Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

O gráfico 12 demonstra que indivíduos com renda familiar até três salários mínimos são em maior quantidade, em estágio inicial, com 21% em relação aos estabelecidos com 17%. Indivíduos com mais de três salários mínimos até 6 salários mínimos são em menor quantidade em estágio inicial, com 21% em relação aos estabelecidos com 24%. Atenção maior cabe para indivíduos iniciais com mais de seis salários mínimos até nove, com participação de 28% e os estabelecidos apenas com 18%. Finalizando a análise, é possível verificar que os indivíduos com mais de 9 salários mínimos ocupam posições iguais de 24 iniciais e estabelecidos.

Gráfico 12 - Taxas específicas em estágio inicial e estabelecido por faixa de renda no Brasil em 2015



Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.

A tabela 2 apresenta a distribuição dos empreendedores brasileiros, segundo características sócio demográficas no ano de 2015, avaliando a população brasileira de 18 a 64 anos, divididos em igual número entre empreendedores iniciais e estabelecidos. As características descritas desses dois grupos são separadas por idade, gênero, faixa etária, renda familiar, nível de escolaridade, estado civil e cor.

Gênero:

- ✓ Homens e mulheres empreendedores iniciais estão aproximadamente na mesma proporção, ou seja, 51% e 49% para cada gênero;
- ✓ Os homens estão com 56% referente aos empreendedores estabelecidos, ficando em maior número do que as mulheres, que estão com 44%.

Faixa etária:

- ✓ Sobre a faixa etária, os empreendedores iniciais entre 18 a 34 anos estão com 52%, já os empreendedores iniciais entre 45 e 64 anos estão em menor número, somando 24%;
- ✓ A faixa etária para empreendedores estabelecidos entre 18 a 34 anos é de 22% de empreendedores e 50% para empreendedores entre 45 e 64 anos;
- ✓ Estão bem parecidas as faixas etárias de 35 a 44 anos, tanto os iniciais como os estabelecidos, ou seja, 24% entre os iniciais e 28% entre os estabelecidos.

Renda familiar:

- ✓ A distribuição da renda familiar de empreendedores iniciais e estabelecidos são semelhantes, porque a faixa de renda mais alta, acima de 9 salários mínimos é de 3% entre os iniciais e 4% entre os estabelecidos;
- ✓ Faixa de renda intermediária entre 3 e 9 salários mínimos é de 36% entre os iniciais e 42% entre os estabelecidos;
- ✓ Faixa de renda abaixo de 3 salários mínimos é de 61% e 55% para cada grupo.

Nível de escolaridade:

- ✓ Podemos considerar para os dois grupos um número baixo de empreendedores que possui curso superior completo, sendo 7% dos empreendedores iniciais e 5% dos empreendedores estabelecidos;
- ✓ Escolaridade menor, abaixo do segundo grau, estão 44% dos empreendedores iniciais e 56% dos estabelecidos;

- ✓ Escolaridade com segundo grau completo estão 49% entre os empreendedores iniciais e 39% entre os estabelecidos.

Estado civil:

- ✓ Casados com 37% dos iniciais e 47% dos estabelecidos;
- ✓ União estável com 18% dos iniciais e 16% dos estabelecidos;
- ✓ Solteiros com 39% entre os empreendedores iniciais e 23% para os estabelecidos.

Cor:

- ✓ A maioria dos empreendedores, iniciais ou estabelecidos, se declara como sendo da cor parda com 52% e 38% se declaram brancos.

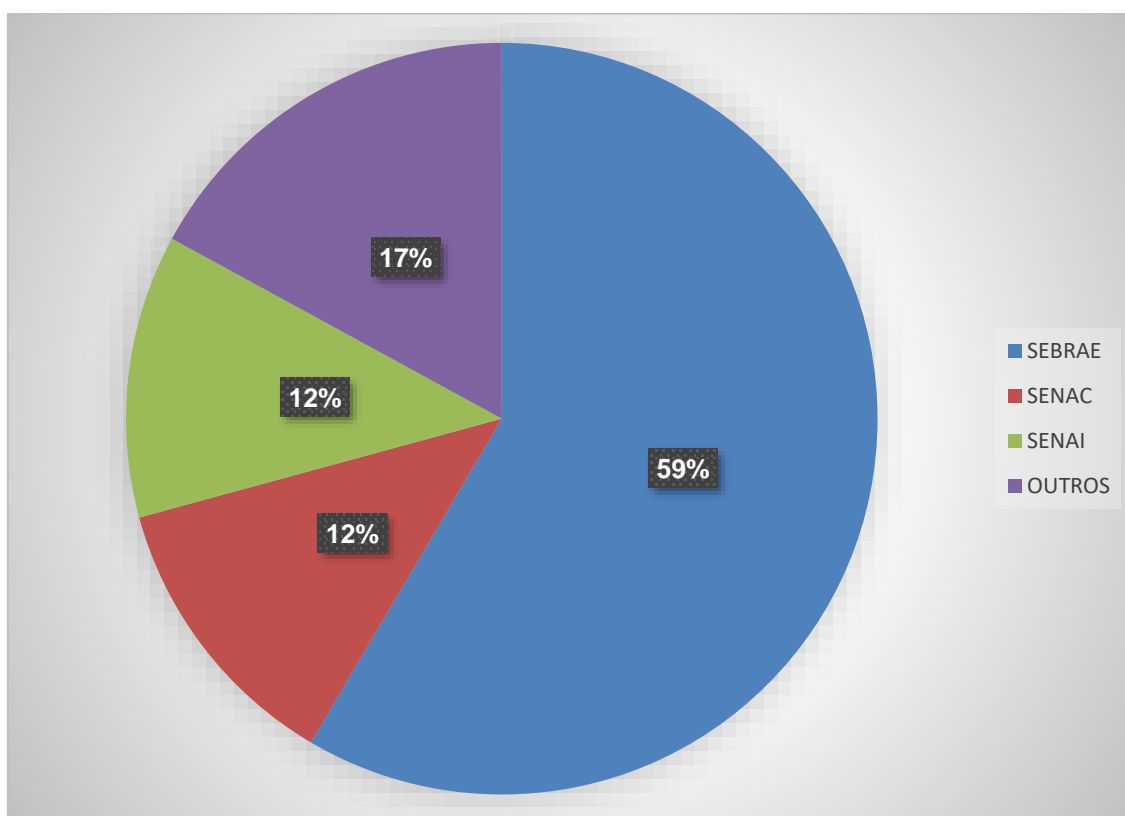
Tabela 2 - Características do empreendedor brasileiro em 2015

Gênero	TEA	TEE	TTE
Masculino	51	55,7	53,3
Feminino	49	44,3	46,7
Total	100	100	100
Faixa etária	TEA	TEE	TTE
18 a 24 anos	19,2	4,9	12,6
25 a 34 anos	32,8	17	25,7
35 a 44 anos	24,3	27,6	25,5
45 a 54 anos	15,2	30,8	22,6
55 a 64 anos	8,4	19,6	13,6
Total	100	100	100
Renda Familiar	TEA	TEE	TTE
Até 3 salários mínimos	60,8	54,6	58,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	28,7	36,5	32,1
Mais de 6 até 9 salários mínimos	7,1	5,2	6,2
Mais de 9 salários mínimos	3,4	3,7	3,6
Total	100	100	100
Nível de escolaridade	TEA	TEE	TTE
Educação 0	26	35,9	30,6
Educação 1	18,5	20,4	19,7
Educação 2	48,8	38,5	43,7
Educação 3+	6,7	5,1	6
Total	100	100	100
Estado Civil	TEA	TEE	TTE
Casado	37	47,4	41,8
União estável	18,1	16	17,3
Divorciado	4,5	9,2	6,8
Solteiro	39,2	22,6	31,1
Viúvo	1	4	2,4
Outros	0,2	0,8	0,5
Total	100	100	100
Cor	TEA	TEE	TTE
Branca	38,4	38	38,2
Preta	9,4	8	8,6
Parda	52	52,7	52,4
Outras	0,2	1,3	0,7
Total	100	100	100

Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado.

O gráfico 13 demonstra que o SEBRAE lidera o ranking entre os principais órgãos de apoio ao empreendedorismo, com 66% no ano de 2015, seguido por 17% outros que se enquadram como: Associações Comerciais, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT), Sindicatos, Contabilidade AUDICOPE, Banco do Nordeste, Conselho Nacional para o Empreendedor e a Inovação (CNEI), Crédito Solitário (CREDSOL), Federação de Automobilismo do Estado do Rio de Janeiro (FAERJ), Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), Legião da boa vontade, Prefeituras, Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC) e Serviço Social da Indústria (SESI). Na terceira posição, com 12%, está o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC).

Gráfico 13 - Principais órgãos de apoio procurados



Fonte: desenvolvido pelo autor.

A tabela 3 trata diretamente dos empreendedores iniciais e estabelecidos com ou sem CNPJ, distribuídos por conhecimento dos produtos ou serviços, concorrência, idade da tecnologia ou processos, orientação internacional, empregados atuantes, expectativas em criação de empregos em um período de 5 anos e faturamento anual.

Empreendedores iniciais possuem 21% com algum tipo de registro formal e 17% com registro de CNPJ. Tanto os empreendedores iniciais como os estabelecidos, com CNPJ, não consideram seus produtos e serviços novos no mercado e apontam uma média de 65% terem muitos concorrentes, eles não possuem consumidores no exterior.

Os iniciais, sem CNPJ, não possuem empregados, apenas os iniciais, com CNPJ, têm uma expectativa de gerar empregos com até 5 empregados, em um período de 5 anos. Os iniciais e estabelecidos, sem CNPJ, lideram o *ranking* com faturamentos até R\$ 12.000,00, ficando 52% para os iniciais e quase 60% para os estabelecidos.

Tabela 3 – Empreendimentos com e sem CNPJ

Características do empreendimentos brasileiro em 2015	Empreendimentos com CNPJ		Empreendimentos sem CNPJ	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Conhecimento dos produtos ou serviços				
Novo para todos	15,5	15,5	0	3,4
Novo para alguns	19,6	15,3	20,3	7
Ninguém considera novo	64,9	69,2	79,7	89,6
Total	100	100	100	100
Concorrência				
Muitos concorrentes	60	70,1	55,7	77,2
Poucos concorrentes	36,4	21,4	36,5	20
Nenhum concorrente	3,6	8,5	7,8	2,7
Total	100	100	100	100
Idade da Tecnologia ou processos				
Menos de 1 ano	0	0	1	0
Entre 1 a 5 anos	10,2	1,9	4,5	1,4
Mais de 5 anos	89,8	98,1	94,5	98,5
Total	100	100	100	100
Orientação internacional				
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0	0
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0	0,7	0	0,4
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	16,6	9,5	5,8	7,4
Nenhum consumidor no exterior	83,4	89,8	94,2	92,2
Total	100	100	100	100
Empregados atualmente				
Nenhum	45,2	43,2	78,8	75,6
De 1 a 5 empregados	52,9	46,2	20,4	23,3
De 6 a 19 empregados	1,9	9,8	0,4	1
Mais de 20 empregados	0	0,9	0,4	0
Total	100	100	100	100
Expectativa de criação de empregos (5 anos)				
Nenhum	20,7	31,8	44,2	61,3
De 1 a 5 empregados	51,4	46,5	47,7	33,1
De 6 a 19 empregados	24,8	21,7	5,1	5,6
Mais de 20 empregados	3,1	0	2,9	0
Total	100	100	100	100
Faturamento anual				
Até R\$ 12.000,00	11,3	13	52,1	59,4
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	30,6	28,1	15,5	22,7
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	13,1	21,4	4,1	9,9
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	9,8	15,9	1,7	4,5
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	9,3	6,7	0,8	1,4
De R\$60.000,01 a R\$360.000,00	11,4	13,9	0,9	1,6
De R\$360.000,01 a R\$3.600.000,00	0	1,1	0	0,4
Acima de R\$3.600.000,00	1,3	0	0	0
Ainda não faturou	13,1	0	24,9	0
Total	100	100	100	100

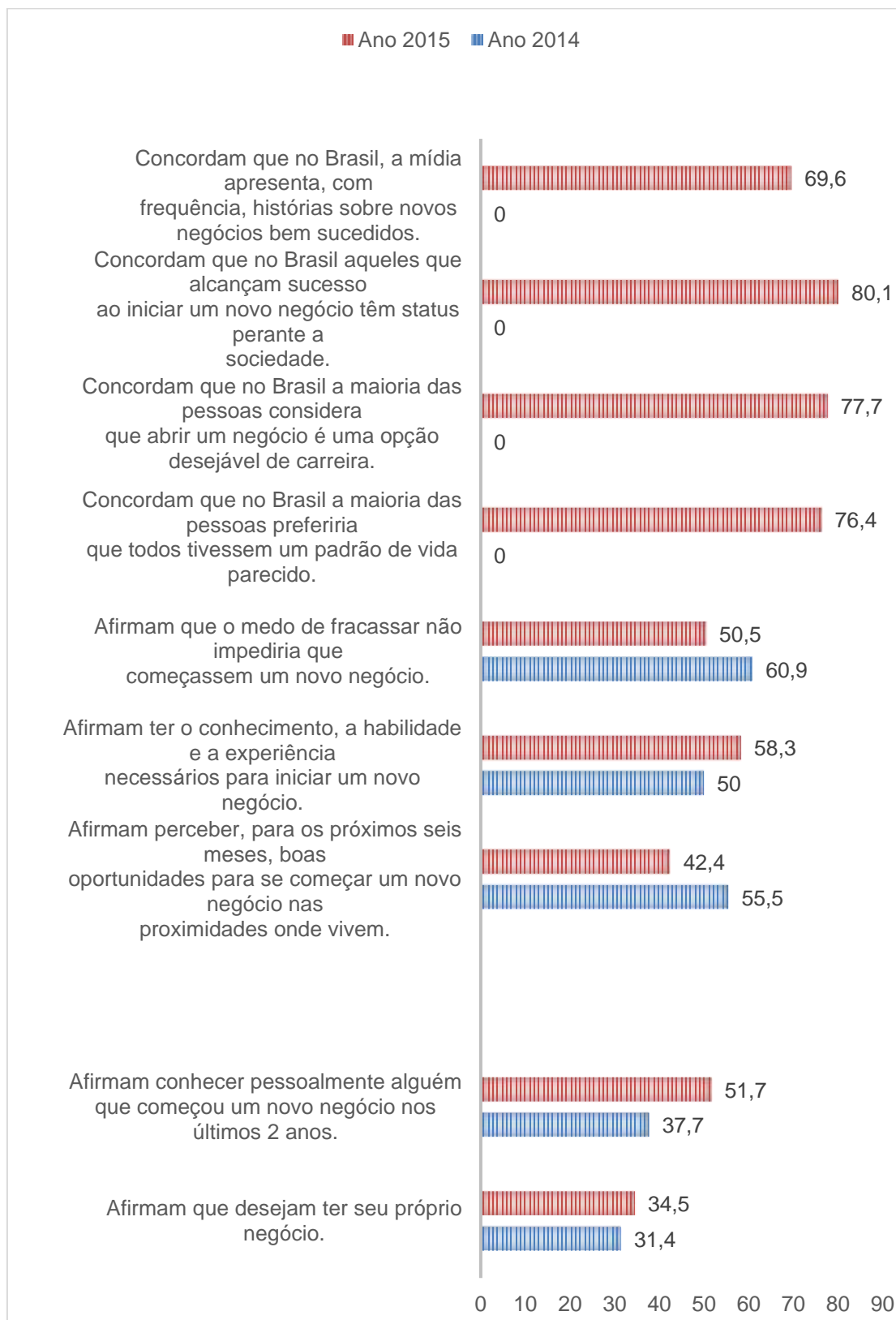
Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado

A tabela 4 traz um comparativo entre os anos de 2014 e 2015, foi observado que muitos dos brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora, com manifestações precisas a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios.

Conforme análise feita pelo GEM, entre 70% a 80% do povo brasileiro concorda que, abrir um negócio próprio é uma opção e vontade desejável para se seguir uma carreira. Muitos também acompanham histórias de sucesso nas redes sociais. O sonho dos brasileiros em ter seu próprio negócio tem crescido em comparação ao ano de 2014 para 2015, ou seja, em 2014 com 31% e em 2015 chegando a 34%. Podemos considerar que em relação a 2014, também aumentou a proporção de brasileiros que conhecem alguém que abriu algum negócio nos últimos dois anos, sendo 38% em 2014 e 52% em 2015.

Assim como ainda há um número elevado de brasileiros com receio de se envolver na abertura de um novo negócio, ocorrendo uma redução entre os dois anos estudados pelo GEM. Já o raciocínio daqueles que enxergam oportunidades no ambiente em que atuam está em 56% em 2014 e 42% em 2015, assim como entre os que afirmam não ter medo de fracassar estão para o ano de 2014 em 61%, já o ano de 2015 ocorreu uma redução ficando com 50%.

Tabela 4 - Percentual da população de 18 a 64 anos segundo a mentalidade empreendedora no Brasil em 2015



Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado

O desenvolvimento da pesquisa apresentou que ao longo dos anos os panoramas estiveram propícios ao empreendedorismo no país. Com o aumento significativo de empreendedores por oportunidade, o que demonstra uma disposição mais planejada em relação à preferência pelo empreendedorismo, aumentando a viabilidade de sucesso do negócio.

A partir do ano de 2002 até 2015, o resultado adquirido do GEM demonstrou a evolução do empreendedorismo no Brasil. Em 2015, nota-se que 34,5% dos entrevistados expressaram o desejo de ter seu próprio negócio, progressivamente, nos últimos 13 anos, os resultados são favoráveis ao empreendedorismo no Brasil.

Na segunda etapa da pesquisa, os artigos selecionados para este estudo de revisão foram publicados no ano 2015, sendo denominados Estudo de Caso e Estudo Exploratório sobre empreendedorismo e empreendedores.

Ruppenthal trata seu estudo de caso sobre o processo empreendedor em empresas criada por necessidade e Andrade trata seu estudo exploratório sobre o empreendedorismo na enfermagem.

Ruppenthal (2012) afirma que “a constatação de oportunidades é vista como uma das etapas primordiais do processo empreendedor e ocorre de uma continuidade de eventos englobando novas ideias, criatividade, motivação e muita energia”.

Ruppenthal (2012) apresenta todas as informações obtidas dos empresários entrevistados. Dessa forma, os dados coletados são apresentados resumidamente nos Quadros 1, 2, 3 e 4, por meio de registros pontuais, a respeito da teoria empreendedora dos sonhos, da teoria visionária e do plano de negócios.

Conforme Ruppenthal (2012), todas as empresas citadas no Quadro 3: Identificação das empresas selecionadas foram criadas pelos seus donos. Elas apresentam características diferentes, com predomínio do sexo masculino. Esse

último dado ocorreu aleatoriamente e não deve ser apontado como indício no meio empresarial. Os pesquisados são ex-funcionários, exceto a ex-motorista que era autônoma, com diferentes graus de escolaridade.

Quadro 3: Identificação das empresas selecionadas.

Características da empresa	Empresa "A"	Empresa "B"	Empresa "C"	Empresa "D"	Empresa "E"
Atividade principal	Comércio de cosméticos	Escola de informática	Oficina de auto elétrica	Comércio de materiais de construção	Comércio e serviços de ar condicionado automotivo
Tempo de criação	4 anos	6 anos	5 anos	9 anos	6 anos

Fonte: Adaptado de Ruppenthal, 2012.

O Quadro 4 resume a caracterização dos empresários entrevistados, no qual observou-se que a maioria deles detinha algum conhecimento do ramo, fator que pode ter direcionado o rumo percorrido (Ruppenthal, 2012).

Quadro 4: Caracterização dos empresários entrevistados.

Sexo	Feminino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
Escolaridade	Pós-graduada	Superior incompleto	1º grau incompleto	2º grau completo	2º grau completo
Ocupação anterior	Empregada no setor	Desempregado	Empregado no setor	Empregado no setor	Motorista de caminhão
Experiência no ramo	Gerente de loja do mesmo ramo	Professor de informática	Mecânico	Nenhuma	Nenhuma

Fonte: Adaptado de Ruppenthal, 2012.

Nas declarações do Quadro 5: Elementos das teorias empreendedora dos sonhos e visionária, demonstra o desejo das pessoas de serem donas de seu próprio negócio. Isso aparece como um ato mobilizador para a concretização do sonho pessoal dos entrevistados e como impulso inicial para a formação do processo visionário (RUPPENTHAL, 2012).

Quadro 5: Elementos das teorias empreendedoras dos sonhos e visionária.

Elemento	Aspectos observados
Sonho mobilizador	Ter seu próprio negócio
	Ser seu próprio patrão
Visão emergente e/ou Visão central	As visões emergente e central confundem-se no desejo de ter seu próprio negócio
	Criar um negócio em sociedade com um amigo
	Livrar-se de uma situação de desconforto com o antigo patrão
	Aceitar o convite do sogro para iniciar um novo empreendimento e poder abandonar o anterior
Visão externa	Feedbacks de clientes sobre falta de produtos
	Percebeu que precisava mudar sua empresa para um ponto mais adequado
	Percebeu a falta de determinado serviço e depois diversificou
Visão interna	O espaço subdimensionado prejudicava as vendas
	Modernização dos equipamentos
	Ampliou os estoques
	Ampliou o espaço interno para gerar conforto aos clientes
	Ampliou conhecimentos para atender a novas demandas
Visão complementar	Amigos sugeriram mudança para sala maior
	Aumentou a quantidade e a potência das máquinas
	Fornecimento de novos serviços e produtos

Fonte: Adaptado de Ruppenthal, 2012.

No quadro 6: Elementos da teoria visionária, o apoio familiar e a vida social são elementos motivadores e consistentes para direcionar seus negócios, com exceção de um deles que se mostrou avesso a eventos sociais (RUPPENTHAL, 2012).

A identificação pessoal junto a atividade ajuda o relacionamento através de elementos que a integram: serviços, produtos, ambiente, clientes, empregados, participação em eventos sociais e feiras setoriais. E também a importância dos *feedbacks* recebidos é expressamente importante (RUPPENTHAL, 2012).

Quadro 6. Elementos da teoria visionária.

Elementos	Aspectos Observados
Relações com familiares	Estímulos positivos e exemplos parentais
Relações com objetos sociais	Utiliza-se de leituras, cursos, associações de classe, pessoas, feiras e eventos sociais
Relações com seu produto/serviço	Gosta do que faz
	Busca informações
	Fica atento às novidades
	Altera projetos
Relações com mercado alvo	Preocupa-se com o cliente e suas necessidades
	Ouve e utiliza <i>feedbacks</i>
	Percebe que ainda há espaço a ser ocupado e pretende ocupá-lo
Relações com sua empresa	Gerencia, organiza e orienta
	Ambiente maravilhoso
	Vive a empresa
Relações com empregados	Gerencia e orienta
	Confia e delega
	É uma grande família

Fonte: Adaptado de Ruppenthal, 2012.

No Quadro 7: Elementos da teoria visionária, constrói-se uma triangulação no grau de coerência existente entre o empreendedor, seu negócio e o ambiente em que acontece, beneficia praticamente às necessidades de espaço, afeto e realização profissional da maioria dos entrevistados (RUPPENTHAL, 2012).

Quadro 7: Elementos da teoria visionária

Elementos	Aspectos Observados
Conceito de si	Considera-se empreendedor e competente Não se considera empreendedor Considera-se um técnico competente Está mudando e tornando-se mais observador
Energia	Apresentam elevado grau de energia, afirmando que poderiam trabalhar mais de dez horas por dia
Liderança	Buscou um sócio para iniciar seu negócio Profissionais da área recorrem a ela para aconselhar-se
Competência	Sabe que tem e busca mais conhecimento técnico Conhece bem o trabalho técnico – produção Para a produção, o contador orienta outras coisas Adquiriu trabalhando na atividade Comercial, técnica e administrativa

Fonte: Adaptado de Ruppenthal, 2012.

Para Ruppenthal (2012, p. 144), em sua segunda entrevista, ao serem requisitados a evidenciar suas percepções pessoais, a respeito de ocasionais mudanças na condução de seus negócios, todos comprovaram o fato, acrescentando afirmações do tipo: “modifiquei meus conceitos a respeito de determinados fatos que aconteciam na empresa e com os quais não me importava. Passei a perceber que interferiam muito nos nossos resultados”. As alterações mais consideráveis, do ponto de vista dos entrevistados, foram:

- Máxima eficiência para estabelecer, rápida e eficazmente, os problemas do dia a dia;
- Máxima eficiência para raciocinar sobre os fatos ocorridos de forma analítica e crítica;
- Compreensão, por meio da familiaridade da atividade, que a capacidade de formar novas convicções favorecia o incremento do negócio e promovia novas formas de resolver problemas;

- Ajuste no relacionamento interpessoal com clientes, fornecedores e funcionários gerou benefícios rápidos.

Essas mudanças são percebidas e compreendidas por esses empresários como relevantes para o sucesso empresarial e pessoal. Também acreditam que essas mudanças estão intimamente ligadas a suas práticas diárias, as quais podem ser compreendidas como ativadoras do aprendizado. Destacam-se a atenção e a dedicação para ouvir e atender aos *feedbacks* e a participação em cursos, feiras e encontros setoriais. Os empresários afirmaram que, na medida em que foram percebendo os benefícios desses comportamentos, passaram a utilizá-los como uma estratégia intencional para obter os resultados desejados.

Na sequência, é possível se verificar que as visões emergente e central se embaralham ao surgirem praticamente ao mesmo tempo. Apenas depois da empresa já montada e com a diminuição da ansiedade, é que as visões emergentes retornam e reorientam esses empreendedores para o próximo passo: a implementação de ações voltadas para a realização das visões externas e internas (RUPPENTHAL, 2012).

Ambas as visões, externas e internas, estão inicialmente unidas para o olhar central, quase sempre apresentando-se de forma desestruturada, não pensada e praticamente não diferenciada; baseando-se em parâmetros a partir da ação de outra pessoa ou empresa existente e conhecida. As visões complementares se experienciaram para acontecer, depois da abertura da empresa, como decorrência das sugestões e necessidades manifestadas pelos clientes. E podem ser consideradas como os principais motivos das frequentes mudanças no *mix* de produtos/serviços, *layout*, endereço, entre outras (RUPPENTHAL, 2012).

Percebe-se que nos estudos de Ruppenthal (2012), esses empreendedores adquiriram maior autonomia e aumentaram seus hábitos empreendedores, igualmente, pois detinham boa parte dos atributos imprescindíveis para lidar bem com os elementos de sustentação do processo empreendedor. A falta de formalizar um plano de negócios, ou de qualquer outro

tipo de ferramenta de gestão que lhes permitisse uma firme análise de viabilidade, é fato comum e revelador da ainda incompleta capacitação empreendedora.

Os achados nos estudos de Ruppenthal (2012), numa visão mais atenta percebeu-se que a diferença entre empreendedores 'por necessidade' dos identificados 'por oportunidades', existem e podem ser reparadas desde os primeiros atos de constituição das empresas por necessidade. A postura de comportamentos ansiosos e desconexos, em geral, não seguem uma trajetória coerente e planejada aos empresários por necessidades.

Analisando os resultados do estudo de caso do Ruppenthal, o grupo de empreendedores demonstraram ter a tendência de visionários e mudanças de comportamentos, a aptidão de buscar conhecimentos e inter-relacionar-se fez com que a conduta desses empresários os tornassem oportunos de responder as críticas e serem eficazes nas tomadas de decisões.

Tanto por necessidade ou sonho de ter um negócio próprio após enxergar uma oportunidade, diversos indivíduos resolveram trilhar ao empreendedorismo. Entretanto, seja um Empreendedor Individual, Microempreendedor ou Microempresa, ao iniciar no mundo dos negócios muitos sentem-se duvidosos em consequência da atual economia, sobre os gastos iniciais de investimentos, os custos fixos e também como obter clientes. A falta de capacitação e planejamento adequado ao empreendimento impossibilita identificar ações necessárias para aprimoramento do processo de tomada de decisões, colocando em risco o negócio em questão.

Verificou-se, em relação à maioria dos entrevistados, a vocação para o comodismo nos negócios. E isso ocorre devido a baixa escolaridade e a vontade de permanecer na zona de conforto, o que pode trazer sérios prejuízos, devido a falta de conhecimento sobre o assunto, o que poderia trazer novas perspectivas e também em relação as mudanças que ocorrem a cada dia no mercado de trabalho.

Os considerados graus de competitividade e de obrigações nas demandas para execução do trabalho criam um cenário no qual a aquisição das competências empreendedoras representa ganhos para empresas. Efetuar práticas gerenciais, busca direcionar as ações que incentivem a presença do empreendedor como agente de inovação.

Segundo Degen (2009), profissionais liberais, como médicos, tendem naturalmente a abrir negócios baseados em suas profissões, as quais acabam sendo extensões do ofício. Para isso basta aprender com os colegas que abriram seu negócio. O médico, após adquirir experiência em sua residência médica e em plantões em diversos hospitais, acaba abrindo seu próprio consultório médico. Como o caminho de um negócio próprio para médicos é uma etapa em sua carreira, não há escolha de um modelo empreendedor para estes candidatos a empreendedores, a não ser que queiram abrir um negócio não relacionado diretamente com o serviço profissional para o qual estudam.

O aumento do desemprego é uma das justificativas para a queda de usuários de planos de saúde e a superlotação e longas filas de espera para atendimento no Sistema Único de Saúde (SUS), diante deste cenário, nem todos os empreendedores sentem-se prejudicados.

As clínicas populares torna-se uma opção para muitos brasileiros, vem ganhando espaço no mercado e surge com a competência de desenvolver serviços desejados pelos clientes e despertando o encanto de muitos médicos. A capacidade visionária de oportunidade empreendedora de conquista é muito mais que uma idealização que desadormença curiosidade pelos médicos responsáveis por estas clínicas, uma vez que abrange diretamente a prestação de serviços que precisam despertar o interesse dos consumidores.

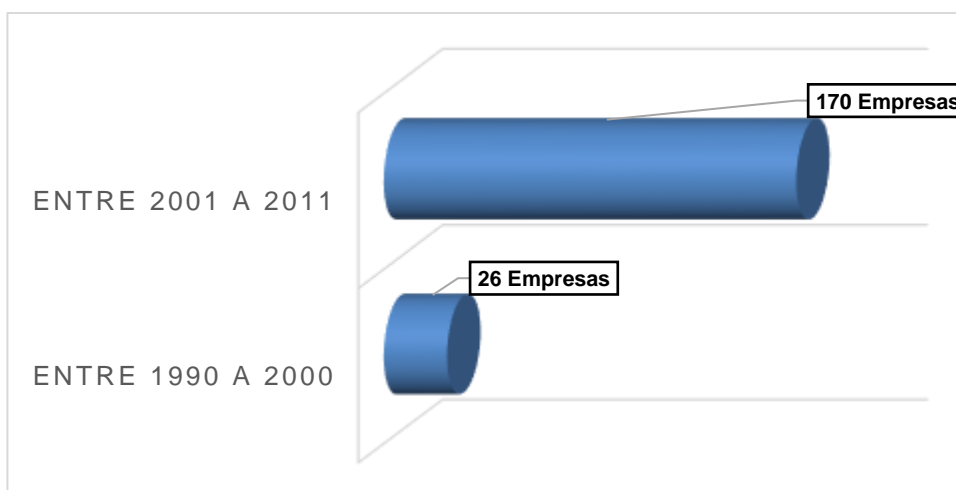
Estas clínicas populares estão em um mercado competitivo e não garantem um atendimento abrangente, principalmente os de alto custo como internações, quimioterapias e hemodíalises. Estar em uma cultura de empreendedorismo contínuo e enxergar a necessidade de lançar novos serviços

é essencial para sobressair-se em um mercado competitivo, porém a insegurança pelo desconhecimento do paciente em aceitar os serviços, não pode ocorrer.

Andrade (2015), em seu estudo exploratório e descritivo sobre empreendedorismo na enfermagem, descreve as várias razões e oportunidades que o enfermeiro tem para montar seu empreendimento. O ser humano carece da prestação de serviço desta profissão de forma integral e contextualizada, dessa forma, surgiu para a enfermagem a oportunidade de traçar novos caminhos de negócios. Até o ano de 2011, cerca de 196 empresas foram abertas por enfermeiros, que se constituíram no Estado de São Paulo.

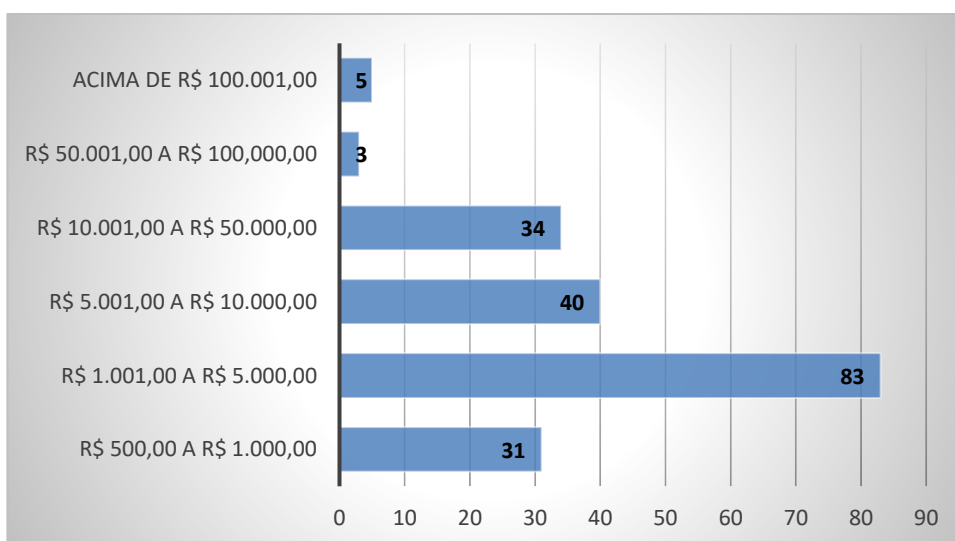
As aberturas das 196 empresas de enfermagem, estudadas, foram dirigidas por enfermeiros sócios proprietários, em diferentes modalidades de sociedade registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo até 2011. A contar dessa identificação, todos os nomes presentes nas fichas cadastrais passaram por reconhecimento no site do Conselho Regional de Enfermagem de São Paulo - COREN-SP, onde foi identificado que, dentre os proprietários das empresas, 290 eram profissionais de enfermagem, separados em três categorias: enfermeiros 203, auxiliares de enfermagem 44 e técnicos de enfermagem 22. Desses profissionais inscritos no COREN-SP, 269 eram ativos e inativos 21.

O gráfico 14 apresenta o período de constituição das empresas, entre 1990 a 2000. Foram criadas 26 empresas e, a partir do ano de 2001, foram constituídas 170 empresas (ANDRADE, 2015).

Gráfico 14 – Ano de constituição das empresas.

Fonte: Adaptado de Andrade, 2015.

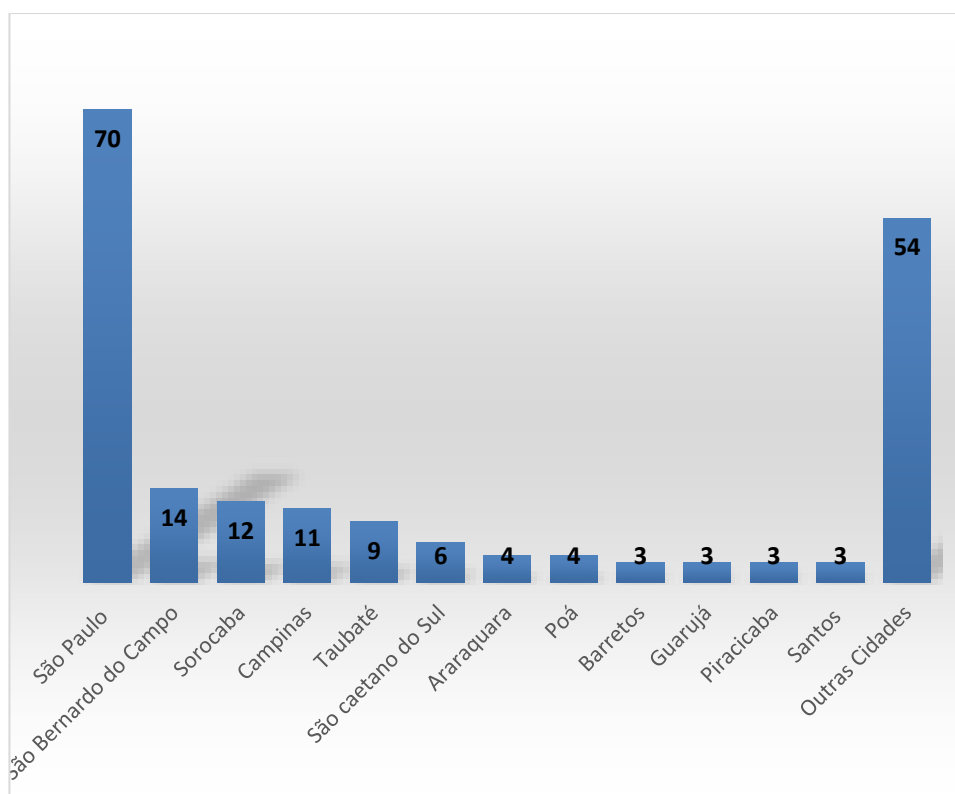
No gráfico 15, referente ao capital investido para abertura de empresa, sucederam a utilidade de investimento de capital que variou de R\$ 1.000,00 até investimentos acima de R\$ 100.000,00, descritos da seguinte forma: 31 investiram capital entre R\$ 500,00 a R\$ 1.000,00; 83 investiram entre R\$ 1.001,00 a R\$ 5.000,00; 40 investiram capital entre R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00; 34 investiram capital entre R\$ 10.001,00 a R\$ 50.000,00; 3 investiram capital entre R\$ 50.001,00 a R\$ 100.000,00 e 5 tiveram investimento de capital acima de R\$100.001,00 (ANDRADE, 2015).

Gráfico 15 – Capital investido para abertura de empresa.

Fonte: Adaptado de Andrade, 2015.

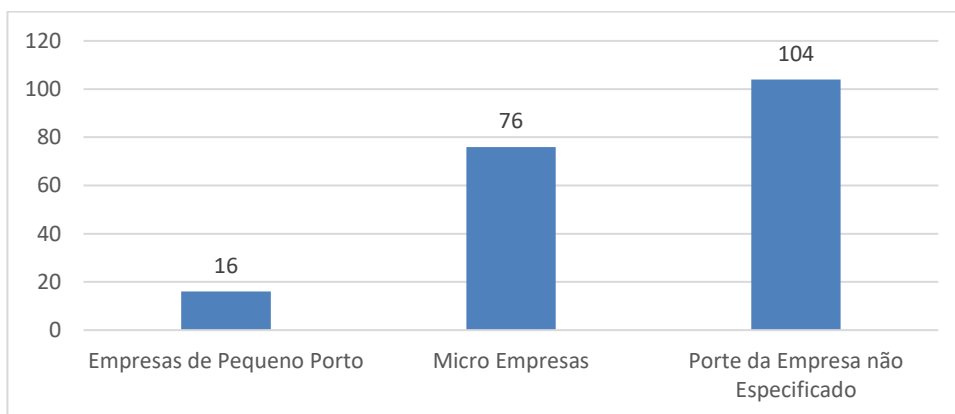
Para Andrade (2015) o gráfico 16 apresenta a distribuição das empresas registradas em diversas cidades do Estado de São Paulo, sendo que 70 delas estão na própria cidade de São Paulo, em seguida está a cidade de São Bernardo do Campo, registrando 14 empresas. Na sequência constam cidades da grande São Paulo, como Sorocaba com 12, Campinas com 11, Taubaté com 9 empresas, seguido de outras cidades como São Caetano do Sul, Araraquara, Poá, Barretos, Guarujá, Piracicaba e Santos que somaram 26 empresas registradas. Em destaque também aparecem 54 empresas em outras cidades, esse número se refere ao registro de uma a duas empresas por diferentes cidades.

Gráfico 16: Distribuição de empresas no Estado de São Paulo.



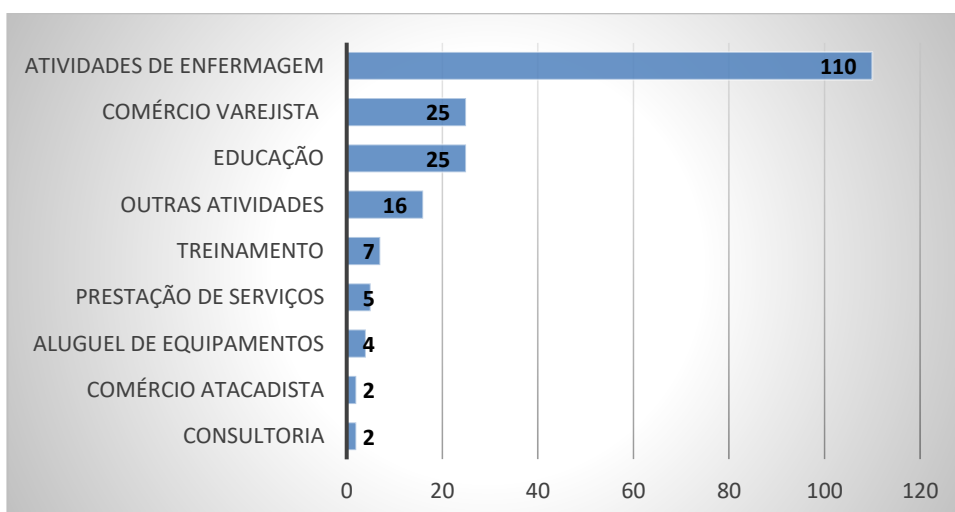
Fonte: Adaptado de Andrade, 2015.

A pesquisa também apresenta o porte das empresas, demonstrado no gráfico 17, das quais, 16 empresas estão registradas como empresa de pequeno porte, 76 são microempresas e 104 não especificam o porte (ANDRADE, 2015).

Gráfico 17: Identificação do Porte das Empresas

Fonte: Adaptado de Andrade, 2015.

O gráfico 18 apresenta o objeto social, isto é, o tipo de serviço prestado por essas empresas, sendo que 110 delas se registraram como atividade de enfermagem; 25 como comércio varejista; 25 como atividades de educação, relacionadas ao ensino técnico; 16 empresas declararam outras atividades; 7 declararam atividades de treinamento; 5 se declararam como prestações de serviço; 4 como aluguéis de equipamentos; 2 como comércio atacadista e 2 empresas como prestadoras de consultorias (ANDRADE, 2015).

Gráfico 18: Objeto social

Fonte: Adaptado de Andrade, 2015.

Uma curiosidade estudada é o envolvimento do enfermeiro ao empreendedorismo. Esta união não é uma missão tranquila para esses

profissionais. Alcançar o sucesso com a abertura de uma empresa no ramo de enfermagem requer não apenas o conhecimento técnico, mas capacidade de trabalhar estratégias empresarias, identificar oportunidades e transforma-las em viabilidade de negócio.

Considerando o estudo da autora Andrade (2015), a cidade de São Paulo lidera o ranking com 70% de microempresas registradas com o objeto social de atividade de enfermagem. Este fato vem de encontro a grande concentração populacional, polos comerciais e industriais existentes na cidade.

A crescente competição na área da saúde faz com que empresários enfermeiros fortaleçam suas qualidades empreendedoras e estejam a frente dos negócios de sua empresa.

Quadro 8: Resultados do Estudo

Autor / Ano / Estudo	Objetivo	População	Método	Resultados
GEM, 2015 Pesquisa	Compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países.	2000 brasileiros adultos de 18 a 64 anos de idade.	Foco principal da pesquisa é o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si. Foi empregado um conceito extenso de empreendedorismo que visa captar os diferentes tipos de empreendedores (formais ou informais). As diferenciações e os reagrupamentos foram feitos a partir das diversas questões levantadas no questionário, as quais permitiram uma posterior classificação desses empreendedores, conforme suas características (gênero, idade, escolaridade, etc.) e as de seus empreendimentos (estágio, porte, inovação, formalização, etc.).	Em 2015, a taxa de empreendedorismo no país foi de 39,3%, o maior índice dos últimos 14 anos e quase o dobro do registrado em 2002, quando a taxa foi de 20,9%. Os resultados demonstraram que 56% dos empreendedores que estão criando ou já abriram uma empresa identificaram uma oportunidade.

Autor / Ano / Estudo	Objetivo	População	Método	Resultados
<p>Ruppenthal, 2015 Estudo de Caso</p>	<p>Aumentar o entendimento sobre eventos reais e contemporâneos. Além de procurar esclarecer os motivos pelos quais uma ou várias decisões foram tomadas, como foram implementadas e quais resultados foram alcançados.</p>	<p>5 Empresários e empresas selecionados de ramos diferentes da região centro-oeste do Paraná: - Comércio de cosméticos; - Escola de informática; - Oficina de auto-elétrica; - Instalação e manutenção de ar condicionado automotivo; - Comércio de materiais de construção.</p>	<p>Na primeira entrevista, procurou-se identificar, genericamente, nos entrevistados, os aspectos de duas teorias que fundamentaram essa pesquisa: A teoria empreendedora dos sonhos (DOLABELA, 2003) e a teoria visionária (FILION, 1993). Enquanto que, na segunda entrevista, priorizou-se o desenvolvimento dos empreendedores e de seus negócios, além da possível ativação da inteligência empreendedor, fundamentada nas teorias de vários autores (BARON; SHANE, 2007; STERNBERG, 2004; MITCHELL et al., 2007).</p>	<p>Ao se observar o caminho percorrido pelos empresários entrevistados, notou-se que ele está conectado a uma forma de atuação que envolve processos de adaptação e de construção. Pode-se assim dizer que a habilidade na condução desses dois processos foi incumbida por fazer com que esses empresários e suas empresas atingissem a situação na qual se encontram até a finalização da pesquisa.</p>
<p>Andrade, 2015 Estudo exploratório</p>	<p>Reconhecer e descrever as empresas de enfermagem dirigidas por enfermeiros empresários, registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo até 2011.</p>	<p>196 empresas abertas pelo profissional de enfermagem.</p>	<p>Coleta de dados, realizada durante o mês de janeiro de 2012. Foi efetuada pelo site da Junta Comercial do Estado de São Paulo.</p>	<p>Reconhecer que o enfermeiro empreendedor é uma existência em ascensão, a partir da identificação de 196 empresas abertas por esse profissional. Seguidamente, analisou-se o tempo de existência, a atividade econômica principal da empresa, valor de capital, porcentagem de sócios enfermeiros e a distribuição das empresas por região do Estado de São Paulo.</p>

De uma forma geral, é hora de começar a desenvolver, implantar e viabilizar o projeto de acordo com as necessidades específicas de cada cliente. No entanto, para que todos esses passos possam se efetivar com sucesso, a proposta é treinar o empreendedor a ter um pensamento fora da caixa, ou seja, quebrar paradigmas e sair do comodismo.

O empreendedor de sucesso precisa autoavaliar-se diariamente e diagnosticar corretamente sua empresa, com o objetivo de saber separar dentro do ambiente interno suas forças e fraquezas e acompanhar o ambiente externo nas oportunidades e ameaças.

No ambiente interno é necessário avaliar todos os departamentos da sua empresa, como por exemplo:

- Departamento de Recursos Humanos, cuja falha é enxergá-lo apenas como um departamento para Admissão e Demissão de funcionários. Para otimizar esse setor, é necessário desenvolver todas as ferramentas de gestão em RH, desde Recrutamento, Seleção, Treinamento e Desenvolvimento Corporativo, Gestão de Carreira, Qualidade de Vida no Trabalho, Remuneração, Benefícios e Saúde e Segurança do Trabalho.
- Departamento de Marketing, cujo ponto fraco consiste em vê-lo apenas para propaganda do negócio. Esse departamento tem como responsabilidade criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo, obtendo lucro para a empresa. Para que isso aconteça, esse setor deve identificar necessidades e desejos não realizados através de segmentação de mercado, adotando estratégia para venda do produto, estratégia do preço, estratégia da promoção, estratégia de distribuição (praça), pós-venda e como fidelizar o cliente.
- Departamento Financeiro é usado somente para alinhamento dos custos em razão dos lucros. Ele se tornaria eficiente se pudesse compreender e acompanhar toda análise do ponto de equilíbrio, trazendo estabilidade para saúde do negócio, além de trabalhar toda a lucratividade em oportunidade de

investimentos e aplicação a longo prazo. Isso ajudaria na geração de maiores lucros no futuro.

- Departamento de Estoque, a missão deste setor é encontrar exatamente a quantidade necessária de produto ou matéria-prima a ser estocada. O excesso de estoque caracteriza custos operacionais e capital parado, em contrapartida, níveis baixos de estoque podem originar perdas de economias e custos elevados devido à falta de produtos.

- Estrutura Organizacional, deve-se avaliar essa estrutura no todo, identificar se o espaço físico é agradável e aconchegante para o cliente. E não apenas os aspectos físicos, mas deve-se avaliar também se as tarefas e metas de desempenho estão claramente entendidas pelos colaboradores.

Salientamos que a preocupação com o ambiente interno, identificando as forças e as fraquezas, ainda não é o suficiente para o sucesso empreendedor, se faz necessário conhecer também o ambiente externo, verificar como este está se comportando, saber e identificar suas oportunidades e ameaças. Essa é uma estratégia de quem pensa e age “fora da caixa”. Vejamos alguns exemplos:

- Clientes: na área da saúde, muitas vezes o identificamos como a pacientes, mas, estrategicamente, devemos tratá-los como clientes e entender suas necessidades, desejos e demandas. Indispensável o paciente sentir-se acolhido a partir do primeiro contato, demonstrar que estão preocupados com ele e seu bem-estar.

- Fornecedores: o ideal é que se tenha mais de um fornecedor, pois dessa forma, o poder de negociação estará a favor do empreendedor, trazendo a oportunidade de comparar preços/qualidade, exigir descontos, prazos de pagamento/entrega. Deve-se construir um relacionamento do tipo “ganha-ganha”, isso significa que muitas vezes, o empreendedor poderá negociar a compra de uma grande quantidade de certo produto e o estoque fica na responsabilidade do fornecedor, que apenas entregará a quantidade que o empreendedor estiver necessitando.

- Concorrentes: deve-se pesquisar o concorrente, pois quanto mais informações se obter dele melhor será a tomada de decisão. Muitas vezes, o concorrente está cobrando menos porque compra mais barato, portanto, é necessário melhorar a vinculação com o fornecedor. Espontaneamente, eles entram como uma ameaça, o empreendedor deve estudar claramente as qualidades desse concorrente para transformá-las em oportunidades ao seu negócio. Outro fator importante é descobrir os pontos fracos deste concorrente e procurar fortalecer essas particularidades na própria organização.

- Economia: o empreendedor deve estar atento ao cenário atual da economia do país, tendo em vista que as informações obtidas são importantes para analisar as ameaças e oportunidades para a empresa, seja na utilização de créditos e altas taxas de juros, que arrastam as organizações no Brasil a realidades distintas, ou seja, as organizações que necessitam utilizar crédito nos bancos ou financiadoras e as que não precisam do crédito para seu capital de giro.

- Legislações: será necessário entender as legislações na qual a empresa se enquadra e ainda se atentar para as novas leis e normas que possam aparecer, para que o desconhecimento delas não ameacem o andamento da empresa. No ramo da saúde é essencial os prestadores de serviços médicos e hospitalares possuírem o registro no Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES), sem o mesmo não conseguem credenciamento médico em Operadoras de Planos de Saúde.

- Tecnologia: existe ou surgiu no mercado tecnologia que seja um processo inovador? Se a resposta for 'sim', a empresa precisa atentar se essa nova tecnologia de ponta atende sua real necessidade e ainda estudar relação custo/benefício. É necessário verificar se a evolução rápida da tecnologia pode estar afetando sua posição dentro do mercado.

Criar uma base de conhecimentos para um planejamento a curto, médio e longo prazo trará vantagens para o empreendedor classificar suas metas e

estabelecer prazos, com o intuito de cumpri-las, controlando seu foco e acompanhando seus resultados.

5 CONCLUSÃO

O aumento do desemprego vem gerando um declínio nas vendas em diversos setores. Muitas organizações estão lucrando menos, outras têm conseguido se manter no mercado e até aumentar suas receitas.

Nestes casos de sucesso, ao empreendedor brasileiro são atribuídas características diferentes quanto ao seu perfil de lidar com os negócios e suas percepções. As estratégias incluem renegociar preços com seus fornecedores, diferenciar produtos e investir corretamente em marketing.

Destacam-se os empreendedores hora necessidade ou por oportunidade. Os empreendedores caracterizados por necessidade são considerados pessoas que iniciaram um empreendimento autônomo ou microempreendedor individual por não possuírem melhores opções no mercado de trabalho; e na maioria dos casos, estavam desempregados, precisando gerar renda para si e suas famílias. Em contrapartida, os empreendedores denominados por oportunidade escolhem começar um novo negócio, mesmo quando têm possibilidades de emprego. Eles possuem graus de capacitação e escolaridade mais altos em relação aos empreendedores por necessidade, mesmo assim empreendem para melhorar sua renda ou pela vontade de independência própria no trabalho.

O empreendedorismo tem ganhado atenção como parâmetro para o surgimento de diversas empresas de ramos diferentes no Brasil, gerando renda, emprego e sendo um fator essencial para a economia do país. O surgimento de pequenas empresas, seja por oportunidade ou por necessidade, exige que elas apresentem qualidade de seus produtos ou serviços, buscando atender a satisfação de seus clientes.

Um número expressivo de pessoas abre suas empresas sem qualquer planejamento, colocando em risco todo o seu investimento e o sucesso do negócio. O trabalho em questão permitiu observar que não só empresas nascentes, mas também empresas que já estão no mercado cometem erros que comprometem toda sua história e conquista.

Fracassos ocorrem quando o prestador e sua equipe lançam no mercado serviços ou produtos, sem consultar o cliente. Isso acontece porque o prestador de serviço ou vendedor de produtos leva em consideração somente sua maneira de pensar e a opinião de sua equipe em relação ao negócio. Para resolver essa demanda, como por exemplo o empreendimento de clínica médica, necessário utilizar estratégias para efetuar uma pesquisa prévia com um grupo de pacientes, a fim de buscar informações sobre falhas casuais, sugestões e ainda se o cliente compraria e/ou indicaria esse serviço a outras pessoas.

Este trabalho despertou-nos o interesse em fazer um estudo original sobre o empreendedorismo na área da saúde, visando realizar um comparativo sobre as estratégias empreendedoras. E as características essenciais para um negócio bem sucedido.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, A. de C. DAL BEN, L. W. SANNA, M. C. Entrepreneurship in Nursing: overview of companies in the State of Sao Paulo. **Brazilian Journal of Nursing**, Sao Paulo, v. 68, N.1, p. 35-44. 07 jan. 2015.

BELMONTE, Alexandre. Agra. Desemprego e Informalidade. **O Globo**, São Paulo, 17/11/2016. Opinião. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniao/desemprego-informalidade-20477161>>. Acesso em 07 fev. 2017.

BECKER, A., A. **Gestão do Laboratório de Análises Clínicas por meio de indicadores de desempenho através da utilização do Balanced Scorecard**. 2004. 121 f. Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Engenharia. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/5647>>. Acesso em 15 out. 2016.

CARDOSO, A. L.J. Composição de um mapa estratégico por meio das práticas empreendedoras e inovadoras: o caso de uma clínica odontológica. In: **Seminários em Administração**, XV, 2012. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/15semead/resultado/trabalhosPDF/224.pdf>>. Acesso em: 09 ago. 2016.

CARVALHO, Z. Transformando empresas em Empreendedor Individual. **Administradores**, São Paulo, 07/07/2009. Artigos. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/transformando-empresas-em-empendedor-individual/31737>>. Acesso em 18 fev. 2017.

Conselho Federal de Enfermagem (COFEN). **O exercício da enfermagem nas instituições de saúde do Brasil**: 1982/1983. Rio de Janeiro (RJ): COFEN/ABEn; 1985

Conselho Regional de Enfermagem (COREN). **Registro de Empresas**. Pará, 06/08/2013. Disponível em: http://pa.corens.portalcofen.gov.br/requerimento-de-registro-de-empresas_1120.html. Acesso em 15 jun. 2017.

CORDEIRO, A.M. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34, n. 6, p.79-83, 1994.

CEMBRANELLI, F. Empreendedorismo em saúde quais as oportunidades para 2016. **Saúde Business**, São Paulo, 5 jan. 2016. Disponível em:<<http://saudebusiness.com/empreendedorismo-em-saude-quais-as-oportunidades-para-2016>>. Acesso em 10 jan. 2017.

CHELFI, R. Recessão econômica se intensifica e quantidade de empregadores diminui. **Fenacon**, Brasília, 04/05/2016. Notícias. Disponível em: <<http://www.fenacon.org.br/noticias/recessao-economica-se-intensifica-e-quantidade-de-empregadores-diminui-593>>. Acesso em 10 fev. 2017.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Ed. Manole, 2012.

Degen, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DELBONI, D. Recessão econômica se intensifica e quantidade de empregadores diminui. **SINCOVAGA**, São Paulo, 04/05/2016. Notícias. Disponível em: <<http://www.sincovaga.com.br/CT/Noticias/Noticia.aspx/noticia=35274>>. Acesso em 10 fev. 2017.

DOCCTORMED. **Afinal, o que é uma clínica popular**. Docctormed, Rio de Janeiro, 28/06/2016. Franquias. Disponível em: <<http://docctormed.com.br/2016/06/28/afinal-o-que-e-uma-clinica-popular>>. Acesso em 20 jun. 2017.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999a.

DORNELAS, J. C. A. **Brasil é o país mais empreendedor do mundo, mas falta inovação**. São Paulo, 06 abr. 2015. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/jose-dornelas/2015/04/06/brasil-e-o-pais-mais-empreendedor-do-mundo-mas-falta-inovacao.htm>>. Acesso em: 27 ago. 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campos, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012.

EXPERIAN, Serasa. Número de novas empresas criadas no ano ultrapassa 1,5 milhão. **Serasa Experian**, São Paulo, 13/12/2016. Notícias. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2016/12/13/número-de-novas-empresas-criadas-no-ano-ultrapassa-15-milhão-aponta-sera-experian.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

Fraga, É. Empreendedorismo cresce sem foco em inovação. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28/08/2016. Mercado. p. 1. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1807716-empreendedorismo-por-necessidade-ameaca-eficiencia-economica.shtml>>. Acesso: 10 out. 2016

FILION, L. Do Empreendedorismo à Empreendedologia. **Montreal: Journal of Enterprising Culture**, v.6, 1998. Tradução e adaptação Jovino Moreira da Silva, M. Sc. Vitória da Conquista.

FILION, L. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v. 34, n. 2, p.5-28, abr/jun de 1999

GIMENEZ, F.; INÁCIO JR., E. Validação do instrumento *Team Factors Inventory* em empresas brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**, edição especial, p.10. 2006. Disponível em : <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/BRASIL_ATINGE_MAIOR_TAXA_DE_EMPREENDEDORISMO_POR_OPORTUNIDADE.html>, acesso em: 23 ago. 2016.

HIDOCTOR. **Como médicos podem ser empreendedores**. HiDoctor, São Paulo, 17/03/16. Artigo. Disponível em: <http://hidoctor.com.br/p/montar-consultorio-medico/822799/como+medicos+podem+ser+empreendedores.htm>. Acesso em: 18 mar. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **O IBGE**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/disseminacao/eventos/missao/ibge.shtml>. Acesso em: 25 jun. 2017, 19:20:00

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **GEM**. Curitiba, 2016. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/projetos/gem>. Acesso em 21 ago. 2016.

JAKITAS, R. Desemprego maior e queda de renda fazem clínicas populares avançarem. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 17 mar. 2016. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,desemprego-maior-e-queda-de-renda-fazem-clinicas-populares-avancarem>. Acesso em: 10/06/2017.

LEITE, E. **O Fenômeno do empreendedorismo**: criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.

LIMA, U. M. Reflexões sobre a Economia Brasileira. **Revista de Administração da Strong ESAGS**, São Paulo, n. 19, p. 58, jul./dez. 2015.

LISBOA, T. C. **Administração Empreendedora**. São Paulo: Évora, 2015.

MACEDO, M. de M. Global Entrepreneurship Monitor. **Sebrae**, Curitiba, 2016. Empreendedorismo. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundo.html>. Acesso em 21 ago. 2016.

MATOS, S. Brasil não saíra da crise em 2017. **Brasil Econômico**, São Paulo, 01/11/2016. Economia. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/2016-11-01/crise.html>>. Acesso em 07 fev. 2017.

MONT´ALVÃO, R. A. **Planejamento e Gestão de Consultórios Médicos**, 2010. 79f. Mamografia apresentada ao curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Negócios do Instituto Nacional de Pós-Graduação, como parte dos requisitos para obtenção do grau de especialista em Gestão Estratégica de Negócios. São José dos Campos, 2010. Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos-pdf/planejamento-gestao-consultorios-medicos/planejamento-gestao-consultorios-medicos.pdf>. Acesso em 01 ago. 2016.

MURAD, F. Tamanho não é documento. **Meio & Mensagem**, São Paulo, n. 1747, p. 18, 13 fev. 2017.

PAMPLONA, N. Crise diminui número de empregos com carteira assinada, diz IBGE. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24/03/2016. Mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1753678-cri-se-economica-amplia-precarizacao-do-mercado-de-trabalho-diz-ibge.shtml>>. Acesso em 08 nov. 2016.

PANTZIER, R. D. **Formação empreendedora no ensino de graduação em Administração**: um estudo de caso. Brusque: Fundação Educacional de Brusque, 2008.

EMPREENDEADOR. Pesquisa constata 15 milhões de empresas em estágio inicial no Brasil. **Empreendedor**, São Paulo, 10 jan. 2009. Disponível em: <http://empreendedor.com.br/noticia/pesquisa-constata-15-milhoes-de-empresas-em-estagio-inicial-no-brasil/>. Acesso em 15 out. 2016.

POLITO, R. IBGE: Queda do emprego faz crescer número dos que trabalham por conta. **Valor Econômico**, Rio de Janeiro, 24/03/2016. Valor. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4497058/ibge-queda-do-emprego-faz-crescer-numero-dos-que-trabalham-por-conta>>. Acesso em 15 dez. 2016.

PORTAL DO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL. **Microempreendedor**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em 23 mar. 2017, 20. Jan. 2017, 08:35:00.

QUANDT, C.O. Inovação tecnológica. In: SILVA JUNIOR, R.G. (Org.) **Empreendedorismo Tecnológico**. Curitiba: Instituto de Engenharia do Paraná, 2009, v 1. p. 71-101.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **CNPJ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica**, 2017. Disponível em: <https://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj>. Acesso em 28/02/2017

REIS, G. **Revele-se empreendedor: Os segredos de quem faz acontecer**. São Paulo: Linodigi, 2012.

RUPPENTHAL, J. E. CIMADON, José Eduardo. The entrepreneurial process in firms created out of necessity. **Management & Production**, v.19, n.1, p. 137-149, 2012.

SANTANA, A. Trabalho por conta própria vira alternativa em meio à crise e desemprego. **Midiamax**, Mato Grosso do Sul, 21/01/2016. Disponível em: <<http://www.midiamax.com.br/cotidiano/trabalho-conta-propria-vira-alternativa-meio-crise-desemprego-287698>>. Acesso em 01/02/2017

SANTOS E.F, Santos E.B, Santana G.O, Assis M.F, Meneses R.O. **Legislação em enfermagem**. São Paulo (SP): Atheneu; 2006.

SEBRAE. **Pesquisa**. São Paulo, 2017. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empendedorismo-no-brasil-e-no-mundo. Acesso em: 25. Jun. 2017, 19:45:00

SEBRAE. **Estudo de Mercado**. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros>. Acesso em 14. Mar. 2017, 17:30:00

SERASA EXPERIAN. **Visão Geral**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 25. Jun. 2017, 19:30:00

SIGNIFICADOS. **CNPJ**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/cnpj/>>. Acesso em: 02 set. 2017, 14:42:00

SOARES, D. et al. **Empreendedorismo**: a necessidade de se aprender a empreender. Revista Foco, v.2, p. 1, 2007.

SOARES, A. C. Clínicas Médicas Populares. **Veja São Paulo**, São Paulo, 27 jan. 2017. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/cidades/clinicas-medicas-populares>. Acesso em: 10/06/2017.

SOARES, E. Et al. **Empreendedorismo**: da gênese à contemporaneidade. In: Souza, E.; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). Empreendedorismo além do plano de negócio. 1 ed. 2. Reimpr., São Paulo: Atlas, 2006, p. 3-20.

VALLE, A. Crise econômica de 2016. **Empreendedores Web**, São Paulo, 2016. Disponível em:
<http://www.empreendedoresweb.com.br/crise/economica/2016.htm>. Acesso em 23 jan. 2017.

ZUINI, P. O Raio-x do empreendedorismo no Brasil. **Revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios**. Empreendedorismo, São Paulo, 25 fev. 2016. Disponível em:
<<http://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/02/o-raio-x-do-empreendedorismo-no-brasil.html>>. Acesso em 15/03/2016.