

## EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE, A RELAÇÃO CONTEMPORÂNEA DE EMPREGO E RENDA

Michelle Cristina da Silva Castelani<sup>1</sup>; Prof. Esp. Edson Alcebíades Spósito<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [michellocastelani@hotmail.com](mailto:michellocastelani@hotmail.com);

<sup>2</sup>Docente das Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [edson@spositoonline.com.br](mailto:edson@spositoonline.com.br).

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** empreendedorismo, crise, oportunidade, plano de negócio.

**Introdução:** Com base em dados da SRF (Secretaria da Receita Federal) sobre empresas nascidas em 2007 até o ano de 2010, o SEBRAE desenvolveu uma pesquisa que apontou uma taxa de sobrevivência de organizações com até 2 anos de atividade de 75,6%, superior a taxa de empresas constituídas em 2006 (75,1%) e nascidas em 2005 (73,6%). Consequentemente a taxa de mortalidade caiu de 26,4% para 24,9% em 2006 e 24,4% em 2007. O Brasil possui atualmente 10 milhões de pequenas empresas no regime de tributação do Simples Nacional, o empreendedorismo por necessidade vem crescendo com a crise, atualmente 3 em cada 10 empresas abertas são por pessoas que perderam o seu emprego. A maior parte dos empregos gerados no Brasil nos últimos anos é de pequenas empresas, elas representam 27% do nosso PIB.

**Objetivos:** Refletir objetivamente sobre uma proposta para diminuir os riscos na abertura de empresas, valorizando a elaboração do plano de negócio, como meio de maior garantia de perenização através do planejamento.

**Relevância do Estudo:** Conscientizar novos empreendedores sobre a importância de desenvolver o plano de negócio e a análise de cenário, para avaliar os riscos e as oportunidades do mercado em meio à crise, objetivando a geração, sobrevivência e o sucesso na abertura de pequenas empresas.

**Materiais e métodos:** Pesquisa exploratória com base em referencial teórico da área e pesquisa documental realizada em documentos existentes no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou documentos pessoais.

**Resultados e discussões:** A elaboração do plano de negócios é uma ferramenta que permite uma análise profunda do segmento em que se pretende atuar, considerando as variáveis que implicam na abertura de um negócio como, fornecedores, clientes, e concorrente. É preciso conhecer o público alvo, assim como entender as necessidades de consumo que esses clientes em potencial valorizam para atuar com o diferencial da empresa em relação à concorrência. As informações coletadas nessa análise são a base para o desenvolvimento do planejamento estratégico da organização, o que define quais são os seus objetivos e como ela atuará no mercado.

Além da demanda é importante avaliar a dimensão financeira, que representa o quanto será preciso investir, quais as formas de captação do investimento e em quanto tempo o mesmo trará retorno.

Segundo Bruno Caetano (2015), superintendente do SEBRAE-SP cresce o número de empreendedores por necessidade devido às demissões e a dificuldade que esses profissionais encontram para se recolocarem no mercado de trabalho. Esse é um fator

relevante, uma vez que o ideal é – empreender pela análise e identificação de uma oportunidade.

Mesmo em meio à crises, empresas ganham destaque atualmente, como as associadas aos diversos segmentos como por exemplo o de vestuário, alimentação e construção (pequenas empresas de reparos e edificações). As altas taxas de juros e a elevação do dólar impelem o mercado em relação a empresas de reparos e manutenção de carros e motocicletas e de equipamentos de informática, dentre outras, uma vez que essa alta provoca a queda de consumo de novos bens duráveis.

A inovação e a diferenciação das empresas as tornam competitivas e são de extrema importância em momentos de adaptação às novas realidades fazendo-se necessária uma leitura do mercado referente ao comportamento dos consumidores para poder se adequar as novas necessidades de consumo e as oportunidades existentes. O desenvolvimento e a adesão de tecnologias podem contribuir para o sucesso das organizações, assim também como as estratégias de marketing que bem estruturas criam necessidades e uma boa imagem para empresa e seus produtos. O plano de negócios passa a representar um instrumento de alta importância para diminuir os riscos e aproveitar as oportunidades do mercado.

**Conclusão:** As modificações do mercado ocorrem gradativamente, quando a crise se estabelece em um determinado setor surge uma oportunidade para um segmento alternativo que supre as necessidades do anterior. A crise não se estabelece em toda a economia ao mesmo tempo, por isso é preciso observar a atual conjuntura econômica e assim se adequar as necessidades que surgirem. Estar preparado para o atuação nos diversos cenário, pessimista, otimista e mais provável, traz maturidade a organização e cria uma forte e sólida estrutura, permitindo assim um extraordinário conjuntos de resultados após a recessão.

Muitos negócios não sobrevivem pela falta de persistência do empreendedor, empreender é um risco e os erros são experiências adquiridas que podem e devem ser usadas na abertura de um novo negócio.

### Referências

SEBRAE. **Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2013. Disponível em: < [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Conquis](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Conquis), destaque, 15 >. Acesso em: 21 ago 2015.

G1 JORNAL HOJE. **Três em cada dez empreendedores abrem uma empresa por necessidade**. 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/06/tres-em-cada-dez-empreendedores-abrem-uma-empresa-por-necessidade.html> >. Acesso em: 22 ago 2015.

ENDEAVOR BRASIL. **Guilherme Afif: “Precisamos eliminar o medo dos pequenos negócios de crescer”**. 2015. Disponível em: < <https://endeavor.org.br/guilherme-afif-crescimento/> >. Acesso em: 23 ago 2015.

CAETANO B. **Crise e oportunidade caminham juntas**. Conexão SEBRAE/SP, São Paulo, ano VII, n.º 49, 2015.

CARDOSO R. **Onde estão as oportunidades?**. Conexão SEBRAE/SP, São Paulo, ano VII, n.º 49, 2015.

G1 JORNAL HOJE. **Três em cada dez desempregados investem no próprio negócio**. 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/03/tres-em-cada-dez-desempregados-investem-no-proprio-negocio.html>>. Acesso em: 05 set 2015.