



UNISUL

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

PATRINE DE OLIVEIRA SILVA

EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS EMPRESAS COMO OPORTUNIDADE
DE ASCENSÃO ECONÔMICA NA CIDADE DE MANAUS-AM NO SETOR COMERCIAL

Palhoça

2017

PATRINE DE OLIVEIRA SILVA

EMPREENDEDORISMO EM PEQUNAS EMPRESAS COMO OPORTUNIDADE
DE ASCENSÃO ECONÔMICA NA CIDADE DE MANAUS-AM NO SETOR COMERCIAL

Projeto de pesquisa apresentado ao
Curso de graduação em Ciências
Econômicas, da Universidade do Sul de
Santa Catarina, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Ciências
Econômicas.

Orientador: Prof. Joilson Coelho, Dr.

Palhoça

2017

SUMÁRIO

Sumário

1	INTRODUÇÃO	4
1.1	EXPOSIÇÃO DO TEMA E DO PROBLEMA	4
1.2	OBJETIVOS	6
1.2.1	Objetivo geral	6
1.2.2	Objetivos específicos	6
1.3	JUSTIFICATIVA	7
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	7
1.4.1	Objetivo de Estudo	7
1.4.2	Cenário	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	09
2.1	CENÁRIO MACROECONÔMICO BRASILEIRO	9
2.2	EMPREENDEDORISMO	10
2.3	EMPREENDEDOR	11
2.4	EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS EMPRESAS	13
2.5	PARTICIPAÇÃO DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO AMAZONAS	14
2.6	DIFICULDADES ENCONTRADAS NOS MPREENDIMENTOS DE PEQUENO PORTE	16
3	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	16
3.1	AMOSTRA	17
3.1.1	Grais de ensino dos participantes	17
3.1.2	Tempo de atuação no mercado	17
3.1.3	Gênero	18
3.1.4	Experiência profissional	18
3.1.5	Histórico de empreendedores na família	19
3.2	INÍCIO DO EMPREENDIMENTO	19
3.3	EXPECTATIVAS PROFISSIONAIS E PESSOAIS	20
3.1	CENÁRIO ATUAL	21
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
	REFERÊNCIAS	23

1 INTRODUÇÃO

Para empreender o indivíduo deve ter, acima de tudo, motivação e esperança, motivação para seguir com o empreendimento e esperança para superar as adversidades impostas ao longo do período de atuação. Em vista disso, empreender como pequeno empresário ganhou espaço na economia brasileira, pois é algo que ganha atenção da sociedade e do Governo brasileiro.

Uma vez que absorve mão de obra, gera oportunidades profissionais e contribui significativamente com a composição do Produto Interno Bruto (PIB). Porém, o setor ainda convive com a escassa prioridade dispendida pelo Governo, bem com o baixo reconhecimento dos benefícios sociais que proporciona. Paralelamente, a obtenção de financiamentos é algo de difícil acesso e, deve ser modificado para fomentar o desenvolvimento de empresas que demonstram grande potencial econômico à economia.

1.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA E DO PROBLEMA

Empreender é uma ação de motivação e esperança, já que é preciso ter motivações concretas para iniciar um empreendimento, e, ser perspicaz em reconhecer uma potencial demanda, por isso, possuir justificativas e razões são essenciais para firmar o desejo e compromisso para com o empreendimento.

Além disso, é preciso acreditar e confiar no potencial da empresa, produto e serviços ofertados, pois, eles são o resultado de todo o projeto iniciado, constituído e flexionado, de acordo com a modelagem cravada pelo tempo adquirido.

Em vista disto, o empreendedorismo é, sobretudo, uma oportunidade e, possibilita a criação e desenvolvimento de novos empreendimentos, pois, segundo Joseph Schumpeter, empreender é inovar, possibilitando assim uma nova roupagem aos processos produtivos.

Por conseguinte, empreender como pequeno empresário tornou-se uma boa oportunidade real e eficaz para o desenvolvimento econômico, uma vez que estes ganharam ênfase na economia, principalmente por apresentarem potencial econômico

sólido. Visto que em uma década, de 2001 a 2011, o produto destas passaram de R\$144 bilhões para R\$599 bilhões, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Por conseguinte, é um ramo prestigiado pela sociedade devido à atuação maciça destes pequenos empreendimentos em diversos ramos, possibilitando assim, a diversificação das atividades relacionadas e, posteriormente, maior atuação na economia.

Além de possuir incentivos oferecidos pelo Governo, através do Simples Nacional, programa que tem por objetivo simplificar e reduzir os impostos e tarifas aplicados a estes empreendimentos, com a finalidade de incentivar e fortalecer a atuação destes no mercado.

Em virtude de absorver mão de obra e gerar oportunidades de emprego àqueles que buscam ascensão profissional, principalmente no curto prazo, pois emprega profissionais com baixa qualificação, além de gerar oportunidade à aquisição de experiência nos diversos ramos profissionais e atuar com a visão de todo, de modo a analisar todo o funcionamento do empreendimento.

Portanto, são empreendimentos que possuem grande potencial econômico e, vem afirmando isto através de sua contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB), pois corresponde a 23,2% de sua composição em 2001 e 27% em 2011, correspondendo assim, aumento de 3,8%, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Porém, estes empreendimentos possuem pouca prioridade na agenda do Governo, pois são de pequeno porte e representam baixa contribuição à receita governamental, devido ao seu alto índice de informalidade e/ou sonegação fiscal, principalmente por parte de empresas que se autodeclaram de pequeno porte.

Além disso, o baixo reconhecimento dos benefícios sociais proporcionados faz com que estes sejam tratados como seculares, pois, se analisados em sua unidade são relativamente ínfimo, mas em sua totalidade representam um bom índice de benefícios, como, a descentralização do mercado de trabalho, o aumento da demanda de mão de obra e a oportunidade à aquisição de experiências.

Paralelamente, a linha de crédito é escassa e de difícil acesso, pois é burocrática e limitada, devido à fragilidade do empreendimento, proporcionado pela inexperiência e

sensibilidade aos múltiplos ciclos econômicos, portanto, o nível de risco encontrado em sua unidade de desenvolvimento é maior se comparadas às empresas mais consolidada e com capital aplicado maior.

Mas, se analisadas em sua totalidade, apresentam grande potencial de desenvolvimento e de maior flexibilidade as sucessíveis distorções econômicas, pois, são menores e, agregam menor número de instituições correlacionadas. Portanto, visa-se verificar as motivações para empreender como pequeno empresário na cidade de Manaus-AM.

1.2 OBJETIVOS

Tomando como base o problema de pesquisa, apresentam-se, na sequência, os objetivos a serem alcançados no trabalho de conclusão de curso.

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral do trabalho de conclusão de curso é entender as motivações do empreendedorismo em empresas de pequeno porte na cidade de Manaus-AM no setor comercial.

1.2.2 Objetivos específicos

De forma a atingir e complementar o objetivo geral apresentam-se alguns objetivos específicos a serem alcançados no decorrer do trabalho:

- *Avaliar as razões profissionais para empreender no setor comercial em Manaus;*
- *Averiguar a influencia das variáveis macroeconômicas na tomada de decisões;*
- *Analisar os benefícios gerados pelo empreendimento ao empreendedor;*

- *Apresentar as distorções presentes na ascensão das Pequenas Empresas.*

1.3 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho visa a fomentar o aprofundamento das pesquisas ao que tange as pequenas empresas como instrumento para alavancar o desenvolvimento econômico e social, uma vez que apresentam grande potencial de desenvolvimento.

Em vista disto, visa subsidiar os argumentos para que o assunto tenha prioridade na agenda dos incentivos governamentais, bem como de instrumento de contorno as crises econômicas, através de medidas fiscais para fortalecerem estes empreendimentos.

Além disso, contribuirá para o acervo da universidade para que possa ser utilizado em futuras pesquisas relacionadas ao assunto e, deste modo contribuir para o portfólio da instituição, bem como ao autor deste.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1.4.1 Objeto de Estudo

A presente pesquisa é uma pesquisa explicativa, pois buscará razões para o empreendedor exercer sua atividade na cidade de Manaus-AM, de modo a identificar os fatores que agem e influenciam a decisão de empreender.

Deste modo, a abordagem utilizada será a qualitativa, já que se pretende conhecer os desejos e motivações do indivíduo, como instrumento à execução de um novo empreendimento, baseado em suas aspirações e expectativas.

Neste caso, será utilizado para a coleta de dados, o levantamento através de entrevista, a qual se concretizará por meio da entrevista estruturada, uma vez que o diálogo será orientado por um roteiro previamente estabelecido pelo entrevistador.

Onde os entrevistados farão parte da categoria de empresas de pequeno porte, que de acordo com a Lei Complementar n°123, de 14 de dezembro de 2006, situado artigo

3º, “II - no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais)”.

1.4.2 Cenário

O ambiente utilizado para a realização da coleta de dados será a cidade de Manaus no estado do Amazonas, onde serão entrevistados dez empresários do ramo comercial, onde cada um atua de modo particular e diversificado dos demais participantes.

Sendo que os produtos oferecidos estão dispendidos em regiões distantes, uma da outra, dentro da capital. E o público alvo de cada instituição é alheio e diferente dos objetivos de comercialização dos demais integrantes do estudo, portanto, não são concorrentes e nem disputam matéria prima e/ou clientes.

Assim sendo, o empreendedor será o ponto principal de análise, sendo o produto comercializado algo alheio a pesquisa, pois o estudo visa às percepções e desejos do empreendedor para empreender, com o objeto de ascensão profissional.

Em vista disto, a entrevistadora realizará perguntas que levem o entrevistado a revelar os motivos profissionais e/ou pessoais que os motiva a exercer a atividade a qual exercem, bem como averiguar se as decisões tomadas levam em consideração as variáveis macroeconômicas, tais como, taxa de juros, inflação e desemprego.

Além disso, serão avaliados os benefícios que o empreendimento gera ao profissional, de modo a compreender se este se sente realizado profissionalmente e confortável pessoalmente, pois a atividade pode ser exercida pela oportunidade de mercado ou falta de opção profissional.

Consequentemente, serão apresentadas as principais dificuldades encontradas pelos empreendedores na execução de suas atividades, pois será analisado o que mais influencia negativamente na ascensão dos empreendimentos selecionados.

Assim será possível auferir os motivos que levam o indivíduo a empreender como pequeno empresário, sendo seu principal objetivo a ascensão econômica, realizada através do setor comercial na cidade de Manaus-AM.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CENÁRIO MACROECONÔMICO BRASILEIRO

No ranking mundial de empreendedorismo realizado em 2008 pelo Global Entrepreneurship Monitor, o Brasil ocupa a 13ª posição dos países mais empreendedores do mundo, com a Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA) igual a 12,02%, com uma população estimada de 14.644.000 empreendedores.

Ainda segundo esta, o Brasil ocupa a terceira posição dos países com maior número de executores de alguma atividade empreendedora, além disso, apresenta a razão de dois empreendedores, que tenham iniciado sua atividade através da observação de uma oportunidade empresarial com o objetivo de melhorar sua condição de vida, para cada empreendedor constituído através da necessidade.

Já em 2014, a mesma pesquisa, a qual é realizada no Brasil pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), demonstrou que o Brasil apresenta a maior taxa de empreendedorismo dos países que compõem os BRICS, que é formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul. Assim, apresentou a TEA igual a 17,2%, deste modo apresentou aumento igual a 5,0% de 2008 a 2014.

Segundo a mesma, o número de pessoas exercendo alguma oportunidade empreendedora foi igual a 45 milhões, deste modo, apresentou razão entre indivíduos que exercem sua atividade através da observação de alguma oportunidade e indivíduos formados pela necessidade igual a 2,4, ou seja, para 2,4 empreendedores formados pela detecção de alguma oportunidade há um constituído através da necessidade.

Portanto, percebe-se que a iniciativa de empreender através da análise de uma oportunidade estar em ascensão, pois passou de 2,0 em 2008 para 2,4 em 2014, demonstrando assim o desejo de empreender em vista a uma oportunidade de negócio e, conseqüentemente, para a obtenção de melhores condições de trabalho e autonomia para exercer a atividade.

Além disso, o ambiente ao desenvolvimento das microempresas e Empresas de Pequeno Porte se tornara favorável devido aos incentivos ao setor, como a criação do Simples Nacional, através da Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006, que segundo a Receita Federal é 'o regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e empresas'.

Com isso, foi possível arrecadar os tributos, com participação de todos os entes da Federação (União, Estados, Distrito Federal e Municípios), com o auxílio do Documento de Arrecadação do Simples (DAS), no qual agrupa oito tributos, todavia, estes se baseiam na atividade exercida pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

Tais impostos são: Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ); Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI); Contribuição Social sobre Lucro Líquido (CSLL); Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS); Programa de Integração Social (PIS); Instituto Nacional do Seguro Social (INSS); Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e o Imposto Sobre Serviço de qualquer natureza (ISS).

Assim, a carga tributária foi reduzida e o sistema de recolhimento de tributos foi simplificado, deste modo, o administrador e/ou empreendedor pôde obter a regularidade fiscal com menos burocracia e mais facilidade para o pagamento dos mesmos.

2.2 EMPREENDEDORISMO

No Essai de Richard Cantillon, economista irlandês do século XVII, o empreendedor é exposto como aquele que recebe o impacto dos riscos causados pelas oscilações da demanda, neste ele diferencia os indivíduos que buscam retornos fixos daqueles que buscam retornos incertos, ou seja, ele diferenciou os conceitos de empreendedor e de capitalista, pois enquanto o primeiro visa o desenvolvimento do empreendimento, o segundo tem por objetivo o lucro e o acúmulo de capital.

Diante disso, Schumpeter (1982), em sua teoria do desenvolvimento classifica o empreendedor como o agente motor da economia, uma vez que é através dele que ocorre

a inovação, assim, o crescimento econômico, por meio da mudança. Tal inovação é proporcionada pela inserção de algum produto e/ou serviço no mercado, de modo que este tenha algum valor agregado. Diante disto, Schumpeter classificou este processo como sendo a 'destruição criativa', uma vez que, as novas formas de produzir geram novas técnicas e hábitos, assim, as praticados tradicionais se tornam obsoletos.

Diante disto, percebe-se que o empreendedorismo não é algo recente, mas algo paralelo ao surgimento do homem, pois constantemente ele buscou desenvolver as técnicas, porém o empreendedorismo fincou suas raízes de fato com o surgimento das grandes navegações, principalmente pelo fato de elas exigirem grande montante de capital, para então realizar as descobertas marítimas.

Assim, a Coroa investia no projeto com a aceitação dos riscos subjacentes e, o indivíduo conseguia concretizar a realização de algo novo de forma a 'destruir' as técnicas antes utilizadas. Deste modo, o empreendedorismo se firmou de fato, contribuindo com o desenvolvimento comercial e social.

Comercial, pois incorporou uma nova roupagem as práticas comerciais, uma vez que inseriu o arcabouço do comércio internacional, dando início à expansão maciça a tal setor, conseqüentemente, a sociedade, se modificou, passando a incorporar novos hábitos e técnicas em seu dia a dia, portanto, a sociedade deixou obsoletas as antigas práticas, principalmente as relacionadas à produção e consumo.

2.3 EMPREENDEDOR

Segundo Deakins (1996), a expressão 'empreendedor' tem sua origem na França, através da palavra 'entrepreneur', que significa de modo geral, uma pessoa que inicia sua atividade, com os devidos riscos, por meio da constituição e /ou organização de uma empresa, ainda segundo o autor, o empreendedor é alguém que se destaca na sociedade.

Deste modo, Amit (1993) afirma que eles são capazes de inovar, identificar e criar oportunidades de negócio, pelo fato de possuírem a habilidade de coordenar e

agrupar a aplicação de recursos, o qual fará parte da produção, assim extrair os melhores benefícios que estes podem proporcionar.

Bem como, os empreendedores também podem iniciar suas atividades por meio da comercialização e/ou criação de produtos e/ou serviços já conhecidos no mercado, logo, Marcondes (2000, p.20) define o empreendedor como 'toda pessoa que identifica necessidades de clientes potenciais e com uma oportunidade de negócio para satisfazê-las', assim, conforme o autor, o ato de empreender está atrelado à necessidade de oferta.

Assim, Alencar (1996) nos diz que a personalidade deles é o resultado de vários fatores, mas que a educação que recebera é o mais impactante, deste modo, as influências do meio o qual estão inseridos afetam diretamente sua personalidade, em vista disto se pode destacar algumas características que são encontradas em indivíduos empreendedores, tais como:

- a) Proatividade;
- b) Visionário;
- c) Autoconfiança;
- d) Liderança;
- e) Assunção de risco;
- f) Perseverança;
- g) Flexibilidade;
- h) Comprometimento.

Tais características estão presentes no perfil do empreendedor, uma vez que são pessoas com habilidade de identificar problemas antecipadamente e, conseqüentemente, resolvê-los, uma vez que acreditam em suas ideias e projetos além de seu potencial e capacidade de liderança. Assim tomam para si a responsabilidade dos riscos incorridos no processo, pois são persistentes em seus objetivos e, não desistem com facilidade, pois são ágeis e comprometidos com seus empreendimentos, projetos, ideias e aspirações.

Diante disso, Pereira e Santos (1995, p. 45) afirmam que "toda pessoa é fruto de uma relação constante entre talentos e características que herdou e os vários meios que frequentou na vida", assim o indivíduo empreendedor adquiriu suas características essenciais no decorrer de sua vida, de modo que tais características não se limitam ao ambiente produtivo, mas se estenda a todo o processo da atividade humana.

2.4 EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS EMPRESAS

Segundo o SEBRAE (2015) os pequenos negócios representaram 27% do Produto Interno Bruto brasileiro em 2011, isso demonstra que estes empreendimentos possuem grande potencial econômico para o país, uma vez que elas representam mais de um quarto de tudo o que é produzido, além disso, foi constatado 8,9 milhões de micro e pequenas empresas.

Ao analisar a série histórica se percebe que em 1985, estes representavam 21% de tudo o que era produzida no Brasil, já em 2001 este percentual passou para 23,2%, assim, se constata a evolução consistente desses empreendimentos afirmando seu contínuo crescimento e, seu potencial para a geração de emprego e renda.

Em vista disso, contribui para a geração de emprego e renda, pois, (conforme a mesma pesquisa) são responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada e efetuam 40% dos salários pagos, deste modo, percebe-se sua importância para o nível de emprego e, sua contribuição substancial ao desenvolvimento econômico e social.

Além disso, o setor oferta a oportunidade de aquisição de experiência aos recém-formados e aos trabalhadores com baixa ou nenhuma qualificação profissional, deste modo absorve o excesso de mão de obra ofertada às grandes empresas, uma vez que elas exigem alto nível de qualificação e experiência.

Por outro lado, apresentam-se como alternativa à solução de desintegração vertical, uma vez que esta busca reduzir a cadeia de atividade produtiva e o nível administrativo das instituições, com isto, reduz o nível de emprego e renda, pois as atividades de ocupação são diminuídas, pois as grandes instituições buscam, sobretudo, maximizar a utilização de recursos, em vista ao acúmulo de renda.

Deste modo, o SEBRAE (2010) afirma que as empresas de pequeno porte expandiram 6,2% a.a. de 2000 a 2008, diante a 4,0% a.a. expresso pelo total do número de empresas, portanto, afirma-se a expansão do setor. Este fato foi, sobretudo, influenciado pela expansão da demanda, proporcionada pelas políticas de expansão de crédito e, devido aos incentivos do Governo para o aumento do consumo.

Assim, os empreendimentos de pequeno porte se destacam, uma vez que sua implantação foi definitivamente fincada, em vistas aos benefícios que estes proporcionam e aos incentivos dados pelo Governo, como o estabelecimento do Simples Nacional e a menor burocratização para obter crédito, assim o setor pode expandir e demonstrar maior participação na atividade produtiva do país e, contribuir fortemente para a composição do PIB.

2.5 PARTICIPAÇÕES DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO AMAZONAS

Segundo dados do SEBRAE (2015), entre 2009 e 2011, o Estado do Amazonas contribuiu com 1,5% para a composição do PIB e, gerou um excedente através das atividades dos empreendimentos de pequeno porte igual a 1,7%, deste modo eles contribuíram com 66% do valor adicionado ao produto durante o período.

Conseqüentemente, estes empreendimentos colaboram com 0,7% do total de pessoas empregadas no país, sendo que a região Norte corresponde a 3,8% deste. Assim, a indústria corresponde à fatia de 23,2%, já o setor comercial representa 50,4% e o ramo de serviços assume 26,5%. Sendo que a média nacional é igual a 25,2% para a Indústria, 42,9% para o Comércio e 32,0% para o setor de Serviços.

Em vista disto, os pequenos empreendimentos geraram receita igual a 4.511 milhões de reais em 2009, e no ano seguinte um montante igual a 5.086 milhões de reais, bem como em 2011 estes geraram 5.397 milhões de reais, demonstrando assim, a expansão da contribuição destes para a receita nacional.

Assim, o estado do Amazonas, através da atividade dos empreendimentos de pequeno porte, contribuiu com 15,6% para o resultado auferido por estes no país. Todavia, ele, junto com o estado do Pará, demonstrou menor participação nestes empreendimentos, pois, possui amplo território e, baixa densidade demográfica, além de possuir incentivos à Zona Franca de Manaus, uma vez que estas privilegiam as atividades exercidas pelas grandes e médias empresas.

Porém, o Amazonas possui a menor participação nos pequenos empreendimentos, devido ao Decreto Lei nº288 de 28 de Fevereiro de 1967, a qual

concede incentivos à Zona Franca de Manaus de modo a privilegiá-la à produção, portanto, favoreceu a atividade das grandes e médias empresas na região.

Paralelamente, de 2009 a 2011 o estado do Amazonas adicional, através dos pequenos negócios, 15,6% de tudo o que se produzira na região norte, sendo 7,1% à atividade industrial e, 5,2% da receita auferida pelo Comércio, bem como, 3,3% da receita demonstrada pelo total de serviços ofertados. Deste modo, em 2009 contribui com 16,2% da receita gerada por estes, já em 2010 e 2011 sua participação foi linear e, correspondeu a 15,3% de participação.

Em vista disso, ele geral o valor adicional à atividade total, durante o período, igual a 1,5% na indústria total, 0,9% no comércio e 0,6% no ramo de serviço, demonstrando uma contribuição igual a 1,0% na composição do PIB brasileiro. Assim sua contribuição é formada por 45,5% da atividade industrial, 33,2% pelo comércio e 21,3% pelo total de serviços ofertados.

Diante disto, a participação média destes empreendimentos no período de 2009-2011 foi igual a 0,6%, no qual a indústria representou 12,1%, o Comércio 56,6% e o ramo de serviço 31,3%, no qual a média nacional foi 13,1% para a indústria, 48,5% para o Comércio e 38,3% na Composição de Serviços.

Além disso, percebe-se média igual 0,7% de pessoas ocupadas em atividades de empreendimentos de pequeno porte, no qual 23,2% exercem atividade industrial, 50,4% em atividade do Comércio e 26,5% na prestação de Serviços, sendo que a média nacional é igual a 25,2% para Indústria, 42,9% para o Comércio e 32,0% no ramo de Serviço. Deste modo, a Indústria corresponde 0,7% da ocupação na região Norte, sendo o Comércio detentor de 0,8% do montante e o Serviço com 0,7% de contribuição. Assim, 23,8% referem-se à Indústria, 45,6% ao Comércio e 30,6% ao Serviço.

Diante dos demonstrativos supracitados, percebe-se que o setor comercial é algo notório para a economia, de modo a contribuir com a geração de emprego e renda, assim tal setor surge como algo eficaz para se iniciar um empreendimento, uma vez que sua atividade não envolve estruturas complexas e de difícil acesso para o início das atividades.

Assim, segundo dados do SEBRAE (2015), a atividade comercial representa 48,5% de toda atividade realizada pelos pequenos empreendimentos, sendo que no estado do Amazonas o setor corresponde a 50,4% da composição de empregados pelos

pequenos empreendimentos. Deste modo, os pequenos empreendimentos conseguem adicionar 53,4% ao produto gerado pelo setor comercial.

2.6 DIFICULDADES ENCONTRADAS NOS EMPREENDIMENTOS DE PEQUENO PORTE

Os pequenos negócios apresentam características específicas que restringem o nível e a continuidade de suas atividades, tais como insuficiência de capital e de capacitação técnico-administrativa (Cacciamali, 1997, p. 85). Assim, afirma Marcelo Côrtes Neri (2012) estes empreendimentos possuem desigualdade de produtividade, bem como de acesso a financiamentos.

Assim Campos (1992) expõem as possíveis dificuldades, a saber: péssima qualidade do produto; muitas reclamações prestadas pelos clientes; custos elevados, que impossibilitam a competitividade por preço; entrega dos produtos em atraso; insatisfação dos empregados; bem como muitos acidentes causados em áreas de disfunção.

Deste modo Oliveira (1996) expõe que as dificuldades encontradas são doenças empresariais, nas quais se apresentam sobre o retorno nulo ou negativo sobre o capital e/ou ativo investido, bem como na demanda de um elevado montante de capital para alavancar o capital de giro e a influência do capital de terceiros. Além disso, apresenta-se sobre falhas técnicas, baseadas no alto nível de reclamações/devoluções e dependência de tecnologia de terceiros, bem como a má distribuição do produto e, a baixa motivação para perseguir com o empreendimento.

Assim, percebe-se a sensibilidade destes empreendimentos e a necessidade de capital de giro para exercer a atividade, porém Gitman (1978) afirma que a empresa não pode manter constante um determinado nível de capital de giro, uma vez que este se torna insustentável, resultando assim, em falência ou término de sua atividade produtiva, já que suas obrigações podem estar insolventes.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

3.1 AMOSTRA

Aplicou-se uma entrevista padronizada, na qual os participantes respondiam perguntas objetivas e subjetivas, assim analisou-se multicasos, de modo que os participantes se encontravam dispersos, um ao outro, e sua atividade é alheia à atividade exercida por outro participante. Em vista disso, a pesquisa envolve gêneros diferentes, bem como, idade, tempo de atuação no mercado e formação, portanto, obteve-se o seguinte resultado:

3.1.1 Graus de ensino dos participantes

A população amostral envolveu participantes do nível médio incompleto ao nível superior completo, de modo a apresentar as mesmas características empreendedoras, em vista disto, segue o gráfico 1.0 com a divisão de participantes conforme a formação profissional:

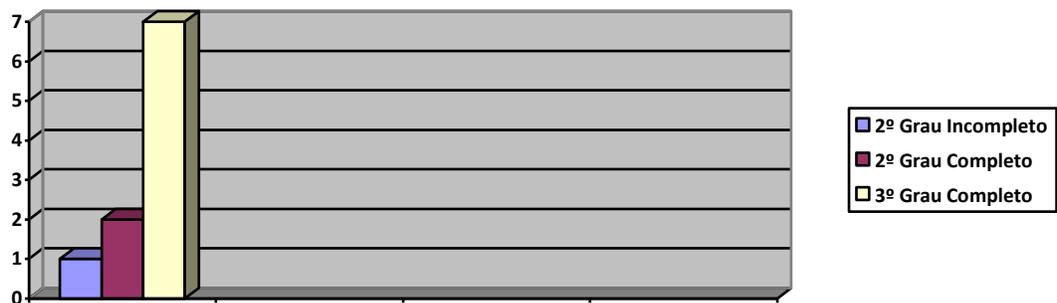


Gráfico 1.0

3.1.2 Tempo de atuação no mercado

O tempo de atuação no mercado refere-se ao tempo em que o empreendimento realiza sua atividade comercial, assim os participantes apresentaram de um ano a

quarenta anos de atuação no setor comercial em Manaus-AM, em vista disto, obteve o resultado exposto no gráfico 1.1.



Gráfico 1.1

3.1.3 Gênero

O gênero envolve a maneira de ser de como os colaboradores se identificam, quanto sua orientação sexual, assim a amostra é composta por gêneros masculino e feminino, conforme demonstra o gráfico 1.3.

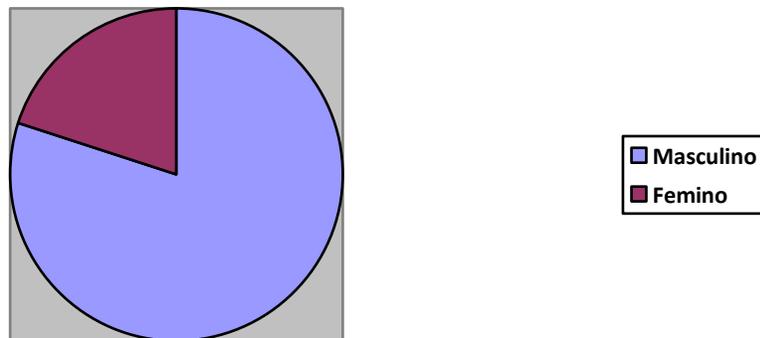


Gráfico 1.3

3.1.4 Experiência profissional

A experiência profissional varia, do individuo que sempre atuou no setor comercial, pois pertence a uma família empreendedora, assim possui experiência interna, bem como aquele que não possui nenhuma experiência profissional até aquele com ampla experiência em diversos ramos, assim obteve-se o seguinte resultado, exposto no gráfico 1.4.



Gráfico 1.4

3.1.5 Histórico de empreendedores na família

Em vista a analisar a influencia familiar na tomada de decisão sobre empreender no setor comercial, analisaram-se profissionais com histórico familiar de empreendedores, sendo esta relação advinda dos pais ou parentes, aqueles que não são pai ou mãe, e aqueles que não possuem histórico familiar empreendedor, assim segue o gráfico 1.5.



Gráfico 1.5

3.2 INÍCIO DO EMPREENDIMENTO

Ao iniciar o empreendimento, 50% dos empresários observou variáveis macroeconômicas, como, crescimento do Produto Interno Bruto, taxa de desemprego, inflação, taxa nominal de juros, de modo que tais variáveis influenciaram na tomada de decisão sobre quando iniciar a atividade empreendedora.

Por conseguinte, 100% dos entrevistados, afirmou que a orientação profissional é importante para compreender qual o momento propício para se iniciar o empreendimento, além disso, 70% dos mesmos definiram que o momento macroeconômico era propício a iniciar o empreendimento, pois, constataram que a economia, de modo geral, estava operando em eficiência, portanto, iniciar uma empresa no setor comercial era oportuno.

Diante disso, 70% dos participantes, constaram que o Mercado contribuiu para início da atividade, bem como 90% acredita que seu planejamento foi eficiente no princípio e, 80% acredita que o tempo foi de acordo com suas expectativas, assim 80% afirma que a falta orientação técnica para saber quando iniciar a atividade não se apresentou como obstáculo e, a aquisição de financiamento não prejudicou 60% dos analisados, assim como para 60% não houve a dificuldade de se contratar mão de obra qualificada para o exercício da atividade.

Todavia, 60% dos empreendedores acreditam que a falta de experiência profissional do proprietário, prejudica o início da atividade empreendedora, em vista que a experiência profissional é essencial. Por outro lado, 60% dos colaboradores acreditam que a burocracia atrapalha, pois, segundo eles, é de difícil compreensão e a aquisição completa de documentos à regularização da mesma é demorada.

3.3 EXPECTATIVAS PROFISSIONAIS E PESSOAIS

Ao analisar o cenário macroeconômico e microeconômico atual, 50% dos empresários acredita que se estivesse atuando em outro ramo, não teria as mesmas condições de vida e oportunidades de crescimento que possui hoje e, 60% afirma que seu crescimento profissional atual é maior do que quando trabalhava em outro ramo.

Assim, 100% afirma que Manaus-AM é um bom lugar para se empreender no setor comercial, devido as oportunidade de crescimento, vinculado a uma demanda crescente, que apesar da crise atual e da baixa demanda, o mercado é promissor para o setor comercial.

Deste modo, 90% se sentem realizado profissionalmente, pois, possui negócio próprio, bem como emprego fixo, além disso, é responsável pela geração de emprego e renda de seus colaboradores. E 80% se sentem satisfeito pessoalmente, uma vez que o trabalho é flexível e oferece comodidade e satisfação pessoal por possuir o próprio empreendimento.

3.4 CENÁRIO ATUAL

Para 90% dos participantes, hoje as variáveis macroeconômicas como nível do Produto Interno Bruto, taxa de desemprego, inflação, taxa nominal de juros são consideradas importantes para tomada de decisão, como contratar, demitir investir, diminuir custos e despesas, comprar matéria prima para consumo ou estoque. Assim, 70% dos entrevistados afirmam que tais variáveis são importantes para seu empreendimento e para a sua tomada de decisão.

Com efeito, 90% acredita que a orientação profissional é essencial à tomada de decisão, uma vez que suas atitudes devam ser balizadas pelas técnicas orientadas pelo profissional especializado. Por outro lado, 60% dos empresários afirmam que a aquisição de financiamento não é de difícil acesso, mas a empresa deve está com seus compromissos honrados e/ou quitados, assim como a documentação da empresa deve está de acordo com a legalidade.

Diante disso, 90% das empresas estão inseridas no Simples Nacional, assim os tributos são reduzidos e simplificados, porém, 100% dos participantes dizem que não possuem nenhum incentivo governamental direto para prosseguir com o exercício da atividade a qual atua. Assim, 80% afirma que o Governo precisa reduzir a carga tributária, de modo que tenha mais responsabilidade e racionalidade para o fomento da atividade empreendedora do setor comercial.

Além disso, 60% acredita que sua maior dificuldade atual é o próprio mercado, devido à crise que reduziu a demanda e a circulação de renda em todo país, mas o setor comercial é um bom ramo para se empreender na capital Manaus.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender no setor comercial como pequeno empresário em Manaus-AM, é uma oportunidade de crescimento profissional, bem como pessoal, uma vez que o proprietário usufrui da comodidade de tomar suas próprias decisões, de modo que suas atitudes sejam baseadas em suas próprias expectativas, sendo estas pautadas por indicadores macroeconômicos.

Assim, os empresários reconhecem os benefícios proporcionados por sua atuação no Mercado, de modo que eles contribuem para sua própria ascensão profissional, além de contribuir com a geração de emprego e renda de seus colaboradores.

Entretanto, o setor ainda precisa de incentivo direto do Governo, uma vez que o setor carece de auxílio direto para a ascensão do empreendimento. Tal incentivo pode ser realizado através do apoio técnico especializado de um profissional que auxilie o empreendedor a tomar a melhor decisão, de como investir e ascender à atividade.

Além disso, é preciso que o Governo estabeleça mais comprometimento com os empreendimentos de pequeno porte do setor comercial, de modo a reduzir os impostos e os simplificar, pois estes são um empecilho para a continuidade e progressividade do empreendimento, assim estabelecer políticas diferenciadas e reduzidas favorecerá sua intensidade, assim os mesmos terão subsídios para prosseguir e gerar mais emprego e renda para a economia.

Em vista disso, o setor comercial de pequenos empresários na capital Manaus, é um bom ramo para atuar, de modo que oferece benefícios profissionais e pessoais ao empreendedor, todavia, carece de mais atenção dos órgãos governamentais para se intensificar e fortalecer a atividade e a oportunidade ao empreendedor que deseja atuar no ramo.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Josenilda. **Microempreendedor individual:** Uma Pesquisa Exploratória quanto aos fatores condicionantes da formalização relacionada ao perfil empreendedor na cidade de Monteiro-PB. Monografia- Curso de Ciências Contábeis, Centro de Ciências Humanas e Exatas, Poeta Pinto de Monteiro, Universidade Estadual da Paraíba, 2013.

BRINGHENTI, C.; RÉ, C.; NIEDERAUER, M. **Empreendedorismo em Organizações.** Disponível em: <file:///C:/Users/Patrine/Desktop/PATRINE/TCC%20em%20Economia/PerfildoInterEmpreendedor.pdf>> Acesso em: 1999.

CIELO, Ivanete. **Perfil do Empreendedor:** Uma investigação das características Empreendedoras nas Empresas de Pequena Dimensão. Dissertação- curso de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

COSTA, Achyles. **O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter.** Ano 4- nº 47. Universidade do Vale do Rio dos Sinos- UNISINOS, 2006.

DUARTE, Ednei. **O Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas:** um estudo aplicado à cidade de Pará de Minas-MG. Monografia (Especialização) – Curso de Mestrado em Administração, Faculdade Pedro Leopoldo, 2013.

GEM, Country Profiles. **Key Indicators:** Positive attitudes towards entrepreneurship and a favourable culture- but investment in education is needed. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/46>> Acesso em: 2014.

GRECO, M. B. M. et al. **Empreendedorismo no Brasil**. 1. Ed Nacional. Curitiba: IBQP, 2008.

SANTOS, A.; KREIN, J.; CALIXTRE, A. **Micro e Pequenas Empresas:** Mercado de Trabalho e Implicação para o desenvolvimento. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_micro_pequenasem_presas.pdf> Acesso em: 2012.

_____ SEBRAE, **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. Conheça as mudanças, os procedimentos e os benefícios. Abril de 2007. Disponível em: <file:///C:/Users/Patrine/Desktop/PATRINE/TCC%20em%20Economia/Simples%20Nacional.pdf>>

_____ SEBRAE, **Relatório Executivo:** Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira. Ed Nacional. Fevereiro de 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Patrine/Desktop/PATRINE/TCC%20em%20Economia/SEBRAE%202015.pdf>>.

_____ SEBRAE, **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Ed Nacional. Julho de 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/Patrine/Desktop/PATRINE/TCC%20em%20Economia/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>.

VIAPIANA, Cláudio. **Fatores de Sucesso e Fracasso da Micro e Pequena Empresa.** Monografia (Especialização)- Curso de Mestrado em Administração, Faculdade Federal de Santa Catarina, 2000.