
Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

ANÁLISE SOBRE A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NAS MICROEMPRESAS DO GUARUJÁ NO BAIRRO DA ENSEADA.

NADJA DA SILVA OLIVEIRA¹

SHEILA DA SILVA CRUZ²

OLAIR RODRIGUES GARCIA JÚNIOR³

CAMILA BARBOSA CRISPIM⁴

DANIELE SANTOS CARDOSO⁵

Resumo: O presente estudo tem como objetivo analisar o empreendedorismo em algumas microempresas do Guarujá, localizadas no bairro da Enseada, levando em consideração as características do que significa empreendedorismo e a necessidade de um planejamento estratégico, como fator relevante, para a continuidade e sucesso do empreendimento. Para o estudo foi delimitado o tempo compreendido entre o período de 2010 a 2018 e o embasamento teórico foi elaborado a partir de uma bibliografia que trata do tema empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo– Microempresas – Enseada – Guarujá.

Abstract: This study aims to analyze entrepreneurship in some microenterprises of Guarujá, located in the Enseada neighborhood, taking into account the characteristics of entrepreneurship and the need of a strategic planning, as a relevant factor, for the continuity

¹ Professora do Centro Universitário Don Domênico - UNIDON

² Professora do Centro Universitário Don Domênico - UNIDON

³ Professor do Centro Universitário Don Domênico - UNIDON

⁴ Aluna do Centro Universitário Don Domênico - UNIDON

⁵ Aluna do Centro Universitário Don Domênico - UNIDON

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

and success of the enterprise. For the study was delimited the period between 2010 to 2018 and the theoretical framework was made from a bibliography which has as the theme entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship –Microenterprises – Enseada – Guarujá.

O empreendedorismo contribui para o crescimento de um Município, pois gera renda, empregos e desenvolvimento social. A importância do empreendedorismo e das microempresas que são formalizadas também se dá pelo fato de acarretar valor econômico ao Município de Guarujá.

Não é fácil iniciar um novo negócio ou inovar dentro de uma empresa já existente, além de planejamento e senso de organização, para empreender e se destacar no mercado empresarial é preciso desenvolver habilidades diferenciadas.

Dentre as diversas dificuldades que impedem o empreendedor de obter o sucesso e a continuidade da empresa, consideramos como um dos principais empecilhos, os próprios empreendedores, que não têm uma visão clara de como planejar estrategicamente a vida de sua empresa, por falta de conhecimento para gerenciar, provocando com isto a má administração dos recursos financeiros que afeta a sobrevivência da empresa, uma vez que estas geralmente não possuem capital suficiente, e ao depararem-se com as primeiras dificuldades, não conseguem sobreviver no mercado.

A abrangência do assunto nos levou a uma reflexão referente ao processo e as etapas para a continuidade de microempresas, ressaltando a importância do empreendedorismo, planejamento estratégico e fatores associados à falência dessas organizações.

Com o objetivo de demonstrar a disposição e capacidade do empreendedor bem-preparado em desempenhar um papel relevante para a operação e continuidade das microempresas, foi aplicado um questionário com um grupo de empreendedores do Município de Guarujá, no Bairro da Enseada, objetivando encontrar respostas para os problemas apontados.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedor é derivada da palavra francesa *entrepreneur*, que foi usada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos.

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”. (SEBRAE, 2007, p. 15).

De acordo com (Hisrich et al., 2009), na Idade Média, o termo empreendedor estava relacionado ao “indivíduo responsável por administrar projetos de produção”. Já no século XVII, surgiu a ligação do empreendedor como uma pessoa que “assume riscos”.

Conforme Biagio (2012) Empreendedorismo significa executar, pôr em prática ou levar adiante uma ideia, com a intenção de atingir objetivos e resultados. Definindo tecnicamente, empreendedorismo é a área do conhecimento dedicada a estudar os processos de idealização de empreendimentos, destacando tanto o valor de uma ideia como a sua capacidade de agregar valor ao que já existe (produto e processo).

Segundo Chiavenato (2012) ninguém nasce empreendedor, a capacidade de empreender pode surgir através de circunstâncias e experiências que a pessoa venha a obter no decorrer de sua carreira ou profissão, criando algo inovador que o fará se destacar e progredir, para isso é preciso ter uma forte percepção do negócio, planejar, organizar e ser criativo, trabalhar com paixão pelo seu negócio e estar sempre preparado para correr riscos em tempos de economia instável. Todo e qualquer empreendedor deve aceitar a possibilidade de que ocorra o fracasso de sua empresa, mas normalmente o empreendedor visa o futuro e tem uma visão ampla dos obstáculos que irá encontrar em seu empreendimento e estará preparado para isso.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

“O empreendedorismo é o processo de fazer algo novo de grande valor e diferente do que já exista no mercado, um serviço ou produto diferenciado e potencializado, assumindo riscos financeiros do novo empreendimento para adquirir resultados satisfatórios em relação ao sucesso do negócio”. (CHIAVENATO, 2007, p.296).

Com pequenas ações o empreendedor consegue evitar as consequências ruins de seu negócio, estando sempre atento aos resultados de suas vendas, e principalmente destacando o cliente como a peça mais importante de seu negócio.

O empreendedorismo começa no momento em que a pessoa se motiva a realizar algo, agregando valores e identificando oportunidades para transformar uma ideia diferente em um negócio lucrativo.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Características do Empreendedor

Pessoas empreendedoras possuem características diferenciadas, que são adquiridas e estimuladas ao longo de sua jornada no ramo dos negócios. Para Farah e Cavalcanti (2008) são elas:

- Capacidade de assumir riscos calculados;
- Aproveitar oportunidades, tendo iniciativa e força de vontade;
- Busca de informações e conhecimento do ramo empresarial;
- Planejamento e senso de organização;
- Liderança, comprometimento pessoal e otimismo;
- Persistência e espírito empreendedor;
- Autoconfiança e independência pessoal.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

Peters caracteriza o empreendedor a partir de suas competências na visão de um economista e um psicólogo:

Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar à autoridade de outros. (PETERS et al., 2002, p. 29).

Segundo Fillion (2000), as características de empreendedores bem-sucedidos são:

- Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato pelo menos um modelo empreendedor no período da juventude;
- Experiência em negócios;
- Diferenciação;
- Intuição;
- Envolvimento;
- Trabalhadores incansáveis;
- Sonhadores realistas (visionários);
- Líderes;
- Trabalham em rede com moderação;
- Têm o próprio sistema de relações com os empregados;
- Controladores do comportamento das pessoas a seu redor;
- Aprendizagem dos próprios padrões.

Para Chiavenato (2012) “O empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem por ser dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, nem sempre claras e definidas”. Segundo o autor, o empreendedor:

Com esse arsenal, transforma ideias em realidade para benefício próprio e para o benefício da sociedade e da comunidade; por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, habilitam-no a transformar uma ideia simples em algo que produza resultados concretos e bem-sucedidos no mercado.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

Concordando com o autor, podemos concluir que o empreendedor possui diversas características que agrega valor a ele e a todos a sua volta. Chiavenato (2012) acrescenta que “não resta dúvida é que os empreendedores sabem trabalhar com equipes e não apenas com indivíduos”.

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA O EMPREENDEDORISMO

Planejamento é o ato de traçar um plano, de planejar para executar algo no futuro. Conforme o dicionário Aurélio, o conceito de estratégia é definido como: “arte de aplicar os meios disponíveis ou explorar condições favoráveis com vista a objetivos específicos”. Considerando esses dois fatores é possível concluir, concordando com (SEBRAE, 2018) que: “Planejar estrategicamente significa compatibilizar as oportunidades oferecidas pelo ambiente externo às condições internas, favoráveis ou não, da empresa, de modo a satisfazer seus objetivos futuros”.

Conforme Oliveira (2012) As empresas utilizam o planejamento estratégico para:

- Contrabalançar as incertezas, desenvolvendo planos alternativos;
- Concentrar a atenção nos resultados esperados, representados pelos objetivos, desafios e metas;
- Otimizar o modelo de gestão da empresa;
- Facilitar o controle, a avaliação e o aprimoramento dos resultados;
- Otimizar o processo de identificação de oportunidades no mercado; e
- Consolidar a vantagem competitiva da empresa.

O ato de planejar é extremamente essencial para empreendedores que almejam o êxito em seus negócios, sendo considerado um dos primeiros passos para se atingir o sucesso. Construir um plano de ação e deixar os objetivos a serem seguidos de maneira explícita é

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

importante para que no futuro possa-se visualizar com clareza o que foi alcançado. Planejar é estruturar o caminho entre os objetivos e a ação.

Planejamento estratégico não é só construir um plano, é construir um plano com os objetivos já estabelecidos, proporcionando a possibilidade da organização se tornar mais competitiva no mercado, além de discipliná-los esforços e recursos da empresa de modo a atendê-la no curto e longo prazo. Independentemente do tipo e tamanho das empresas, todas devem se planejar estrategicamente, com o intuito de criar ou modificar estratégias.

O planejamento estratégico é, normalmente, de responsabilidade dos níveis mais altos da empresa e diz respeito tanto à formulação de objetivos quanto à seleção dos cursos de ação – estratégias – a serem seguidas para sua consolidação, levando em conta as condições externas e internas à empresa e sua evolução esperada (Oliveira, 2012).

A estratégia definida pela organização é um conjunto de escolhas que se harmonizam entre si e criam um posicionamento, permitindo que ela venha a competir de forma mais potente no mercado. É preciso fazer uma avaliação atual da empresa para saber onde ela esta posicionada, ter uma visão ampla do ambiente externo e interno.

No ambiente interno, deve-se avaliar se está sendo colocada em prática à missão, visão e valores da organização, fazer um levantamento dos seus pontos fortes e fracos, a fim de estabelecer quais são suas vantagens e desvantagens em relação aos seus concorrentes. Já no ambiente externo, onde se encontra as oportunidades e ameaças, é preciso estar atento para aproveitar ou evitar essas situações. Com o olhar visionário do empreendedor, é possível aproveitar da melhor maneira as oportunidades que surgem e, quiçá amenizar possíveis riscos causados pelas ameaças.

Antes de fazer o planejamento deve-se levantar os acertos e erros da organização, esse levantamento de dados é essencial para que no futuro se saiba se aquele planejamento estratégico foi viável para a organização e se os resultados planejados foram alcançados.

Através do planejamento estratégico, o ato de empreender torna-se mais seguro, levando em consideração que, quando se tem um caminho definido a seguir, as chances de atingir os objetivos tornam-se maiores.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

PROCESSO PARA QUE AS MICROEMPRESAS SE MANTENHAM ATIVAS

Atualmente para se manter ativa, toda e qualquer empresa, seja ela micro ou não, é preciso estar em ordem perante a Lei, procurando adquirir toda documentação necessária para que a empresa não obtenha problemas futuros por irregularidades. As empresas são classificadas de acordo com o seu faturamento mensal e a soma do faturamento anual. É importante que o faturamento da empresa seja minuciosamente apurado e a mesma esteja classificada de forma correta, o tipo de empresa e qual o valor de imposto a ser recolhido.

“Consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 do Código Civil (empresário individual), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que, no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e, 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) – v. art. 3º da lei complementar 123/06”. (JONAS VISENTAINE COGO, 2015).

Dentre os principais benefícios dessa lei, as microempresas e as empresas de pequeno porte foram favorecidas nos seguintes aspectos, como apontado pelo SEBRAE (2007):

- Regime único de apuração e recolhimento de impostos e contribuições da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, incluindo a simplificação das obrigações fiscais acessórias;
- Desoneração tributária das receitas de exportação e substituição tributária;
- Dispensa do cumprimento de certas obrigações trabalhistas e previdenciárias;
- Simplificação do processo de abertura, alteração e encerramento das MPes;
- Facilitação do acesso ao crédito e ao mercado;
- Estímulo à inovação tecnológica;

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

- Incentivo ao associativismo na formação de consórcios para fomentação de negócios;
- Incentivo à formação de consórcios para acesso a serviços de segurança e medicina do trabalho;
- Regulamentação da figura do pequeno empresário, criando condições para sua formalização;
- Parcelamento de dívidas tributárias para adesão ao Simples Nacional.

A partir dessa Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, o conceito de MPEs foi uniformizado para facilitar a identificação destas, assim como a aplicação correta da lei. Para tanto, o critério de classificação das empresas quanto ao seu porte passou a ser a receita bruta anual. O conceito de receita bruta foi definido no artigo na referida LC nº123/06 (§ 1º do artigo 3º, Lei Geral) como sendo o “produto da venda de bens e serviços por conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia” (BRASIL, 2006).

De acordo com Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), o conceito de incubadora de empresa pode ser visto como:

“Uma incubadora é uma entidade que tem por objetivo oferecer suporte a empreendedores para que eles possam desenvolver ideias inovadoras e transformá-las em empreendimentos de sucesso. Para isso, oferece infraestrutura, capacitação e suporte gerencial, orientando os empreendedores sobre aspectos administrativos, comerciais, financeiros e jurídicos, entre outras questões essenciais ao desenvolvimento de uma empresa”. (ANPROTEC, 2016).

Sendo assim, as incubadoras de empresas se apresentam como uma importante ferramenta no processo de fortalecimento do empreendedorismo local, uma vez que dão todo o suporte necessário aos pequenos negócios, principalmente aqueles inovadores, desde os estágios iniciais, preparando-os para enfrentar as dificuldades impostas pelo mercado.

“As incubadoras auxiliam as micro e pequenas empresas a superar algumas falhas de mercado, gerando emprego e renda para a população e maior arrecadação de impostos para o estado” (ANDRADE JUNIOR e SILVA, 2012). Elas podem surgir a partir da iniciativa

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

pública ou privada e podem ser de diversos tipos, tais como as de base tecnológica, as tradicionais, as mistas e as sociais.

Bes e Kotler (2011) desenvolveram um modelo básico de processo de inovação, denominado A-F, no qual o principal objetivo é a superação de barreiras por meio de listagem de funções básicas que identificam práticas positivas de inovação, sendo as principais: *ativadores*, pessoas que iniciam os processos; *buscadores*, especialistas em busca de informações necessárias para a aplicação de ideias; *criadores*, pessoas que buscam novos conceitos e soluções no decorrer do processo; *desenvolvedores*, colocam em prática as ideias, transformando em soluções ou produtos; e *executores*, pessoas que levam a inovação ao mercado ou para a organização a qual estão vinculadas.

Dessa forma, o processo de inovação é vital para a manutenção das microempresas, fazendo com que as mesmas se mantenham ativas e em crescimento no mercado.

A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DO GUARUJÁ

Para a Prefeitura do Guarujá, investir no empreendedorismo é investir na capacidade das pessoas.

“Queremos fazer de Guarujá uma cidade inclusiva, solidária e, principalmente, próspera para cada um de seus moradores, e qualquer iniciativa nesse sentido terá nossa total dedicação” (VALTER SUMAN, 2017).

Com o objetivo de formar novos empreendedores e capacitar aqueles que já atuam no mercado, a Prefeitura de Guarujá, realiza oficinas e projetos para o desenvolvimento de microempresários da cidade, visando aquecer ainda mais a economia e aumentando o turismo na cidade.

“Para proporcionar um ambiente de negócios pujante no município, é essencial que a prefeitura viabilize um espaço único de atendimento integrado, onde o empreendedor possa regularizar suas atividades e ter acesso facilitado à informação, à qualificação e aos serviços prestados pelo município aos empresários. Esse espaço é a Sala do

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

Empreendedor, que deve ser mantida pelo município, com apoio integral do SEBRAE, incluindo capacitação dos servidores que atenderão o público, sem custo para o poder público”. (DEGEN, 2009).

As ações são desenvolvidas em parceria com o SEBRAE e reúnem um bom público, composto principalmente por pequenos empresários, prestadores de serviços e pessoas que sonham em iniciar o próprio negócio. As oficinas de Marketing Digital apresentam aos participantes as formas e estratégias para a divulgação de produtos e serviços na internet, abordando sobre quais são as melhores ferramentas, como funciona o mecanismo de busca do Google, os hábitos dos consumidores na internet, a utilização das diversas mídias sociais para fins comerciais.

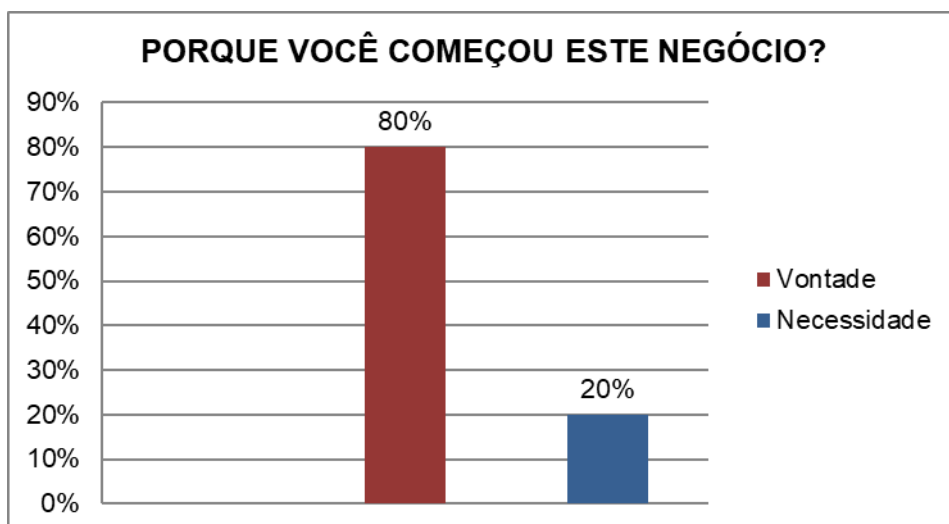
O empreendedorismo na cidade é fundamental para o aquecimento econômico, empreender numa cidade tão rica em belezas naturais como o Guarujá, propõe ao micro e pequeno empresário, várias opções de trabalho e serviços e com isso consegue engrandecer seu negócio proporcionando o enriquecimento da cidade.

PESQUISA

Resultado da pesquisa de campo quantitativa, aplicada com algumas microempresas do Bairro da Enseada.

Gráfico 1

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641



Observamos que 80% dos pesquisados iniciam um negócio por vontade, enquanto 20% começam algo novo por necessidade.

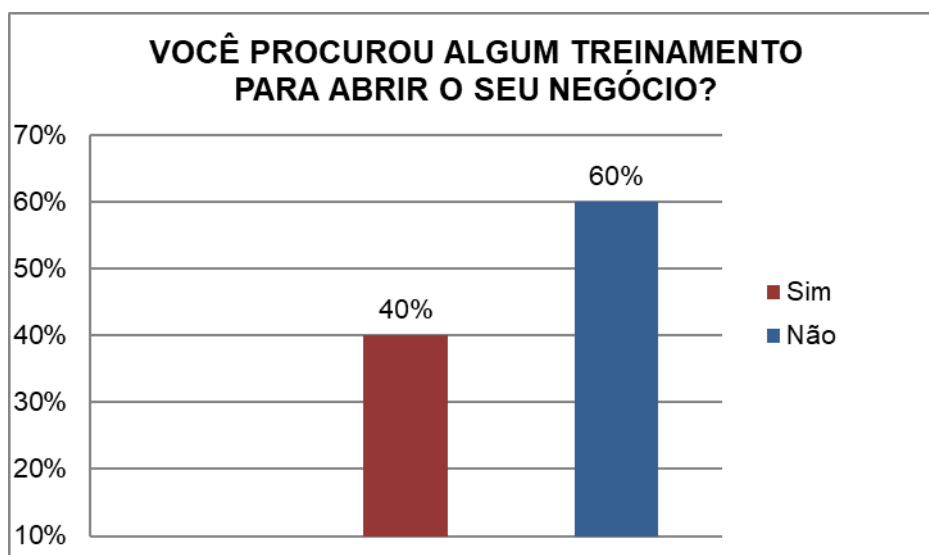
Gráfico 2



Observando o gráfico vemos que 100% dos pesquisados acreditam possuir espírito empreendedor.

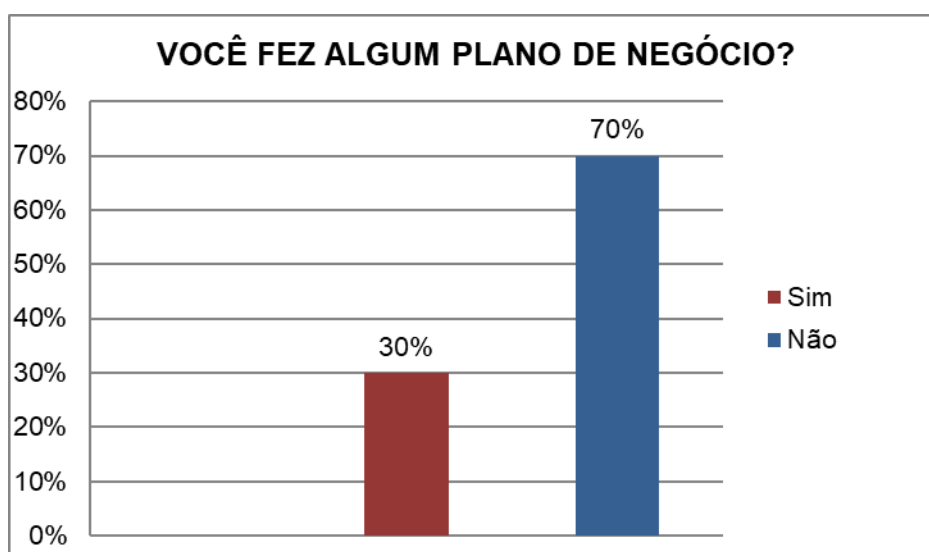
Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

Gráfico 3



O gráfico demonstra que 40% dos pesquisados procuraram treinamento antes de abrir a empresa. E 60% deles não fizeram nenhum tipo de treinamento, aumentando as possibilidades de erros durante a gestão do negócio.

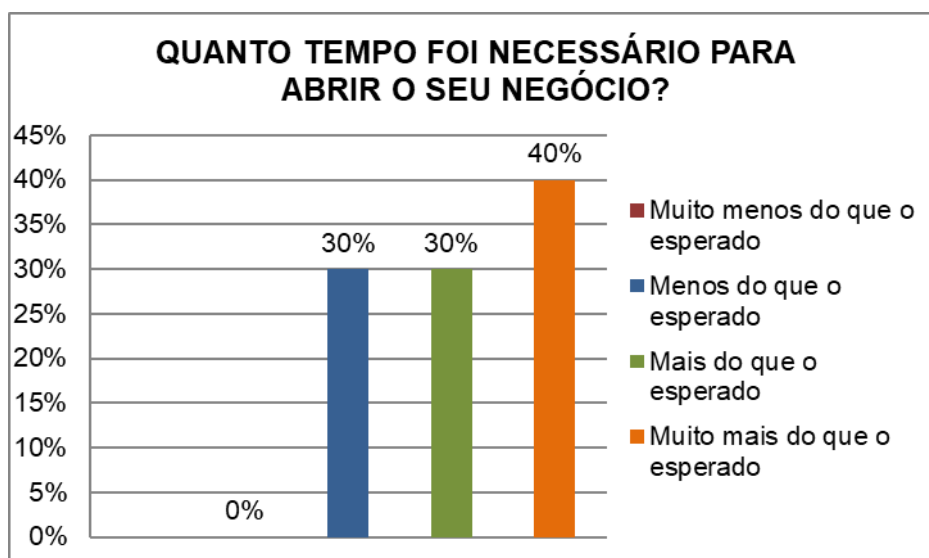
Gráfico 4



Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

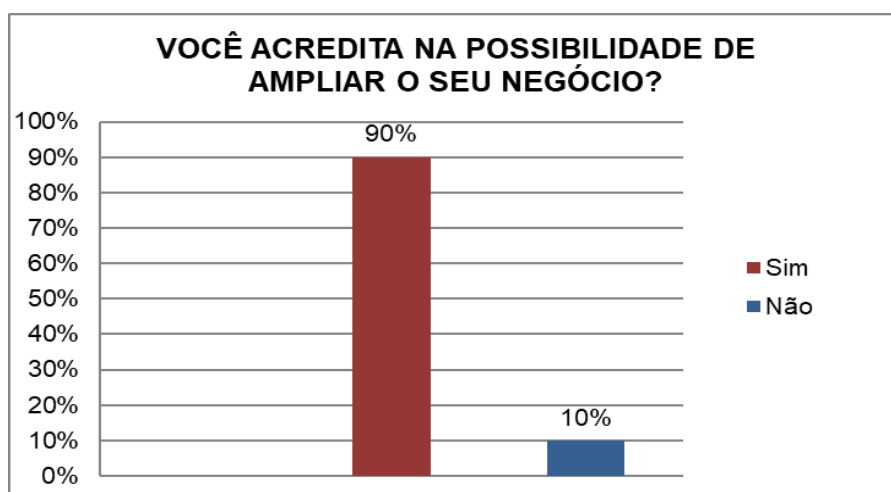
Vemos que apenas 30% dos empreendedores fizeram um plano de negócio, e a maioria, ou seja, 70% não chegaram a fazer o planejamento.

Gráfico 5



O gráfico mostra que nenhum dos pesquisados conseguiu abrir sua empresa no espaço de tempo ‘muito menos do que o esperado’. Seguido por 30% dos que conseguiram no tempo ‘menos do que o esperado’ e ‘mais do que o esperado’. E 40% deles só conseguiram em tempo ‘muito mais do que o esperado’.

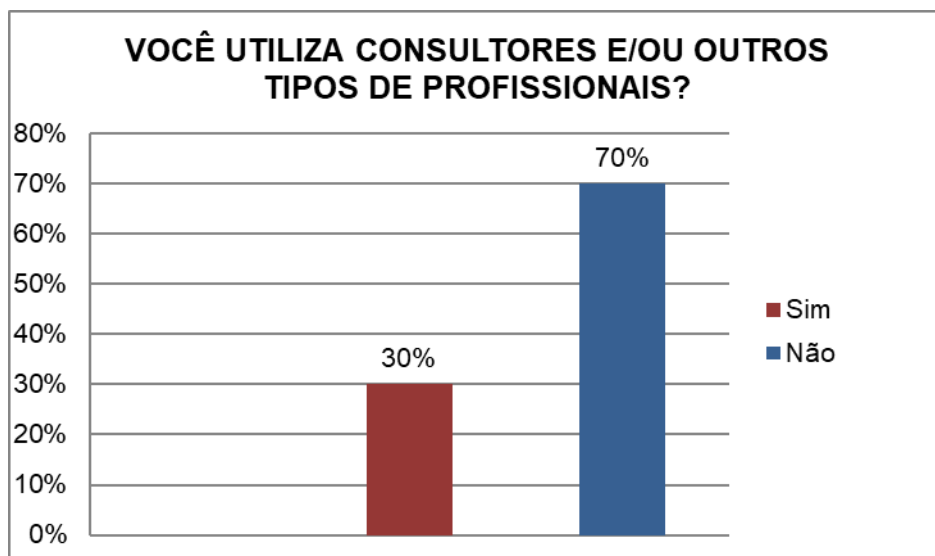
Gráfico 6



Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

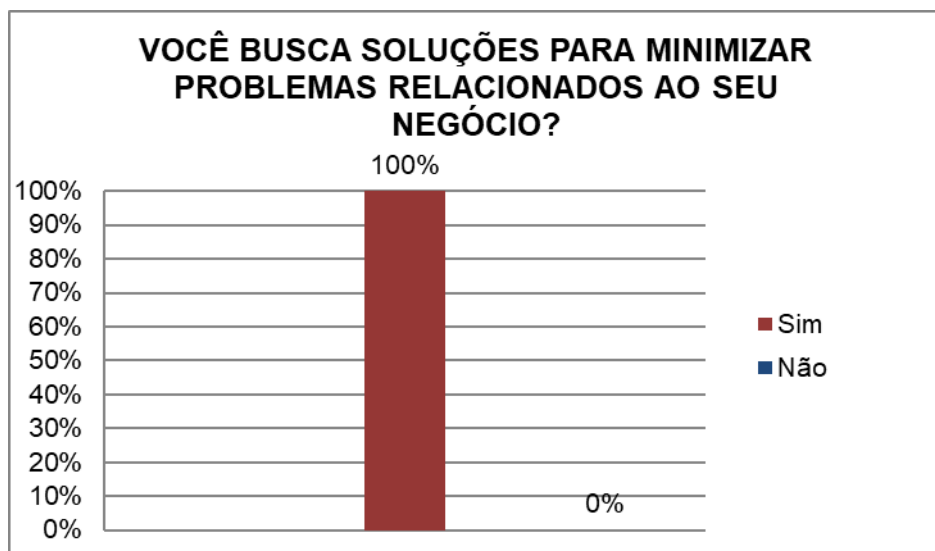
Podemos observar que, representado por 90%, a maioria acredita na possibilidade de um dia ampliar o negócio e penas 10% não acreditam nessa possibilidade de ampliação.

Gráfico 7



O gráfico aponta que apenas 30% utilizam algum tipo de consultoria. E 70% não buscam ajuda desses profissionais.

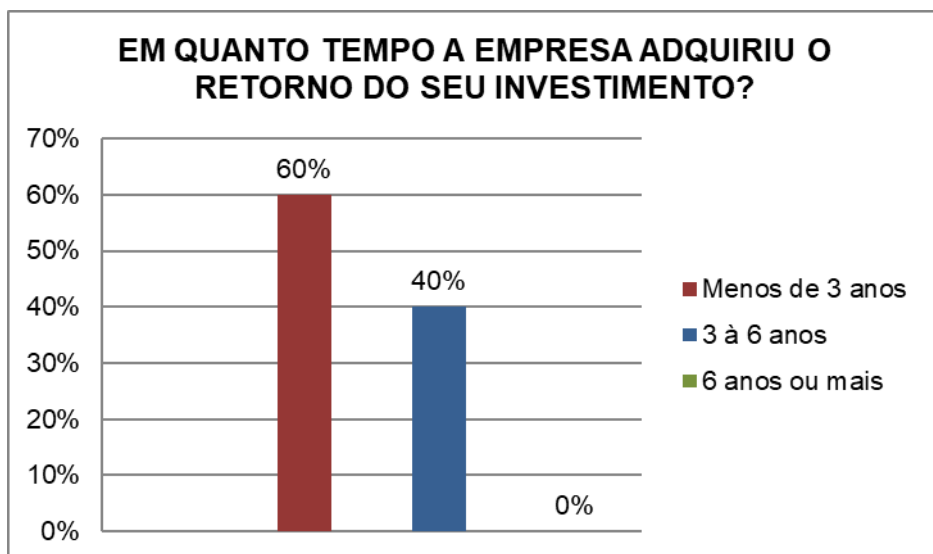
Gráfico 8



Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

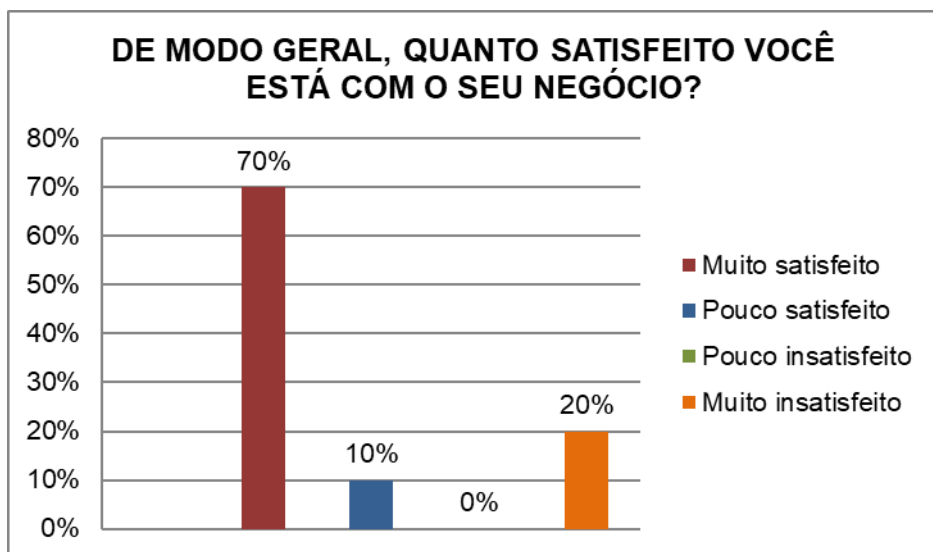
O gráfico constata que 100% dos empreendedores entrevistados esforçam-se para solucionar os problemas empresariais.

Gráfico 9



Vemos que 60% dos pesquisados conseguiram o retorno do investimento em menos de 3 anos, 40% conseguiram no prazo de 3 á 6 anos, e nenhum dos pesquisados alcançou o retorno em 6 anos ou mais.

Gráfico 10



Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

Podemos observar que a grande maioria (70%) dos empreendedores estão muito satisfeitos com seu negócio. Apenas 10% estão pouco satisfeitos. Nenhum dos pesquisados encontra-se pouco insatisfeito com a empresa. E 20% deles estão muito insatisfeitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos que uma organização só se mantém no mercado se tiver estrutura, conhecimento do seu público-alvo, do seu próprio negócio, conhecendo o mercado em que atua e seu potencial. No mundo de constantes transformações, o sucesso ou fracasso de uma empresa está diretamente ligado à capacidade de entender e conhecer seus pontos fortes e fracos, atrair e satisfazer os clientes constantemente.

O trabalho de pesquisa realizado com os microempreendedores mostrou a importância do empreendedorismo no crescimento e desenvolvimento de uma cidade e região. Com a ajuda e orientação da Prefeitura em parceria com o SEBRAE, orientaram e guiaram os empreendedores da cidade na tomada de decisões, promovendo maiores oportunidades e crescimento.

Por meio da pesquisa constatamos que grande parte das pessoas iniciam seus negócios por vontade própria e poucos iniciam algo novo por necessidade e que todos abordados possuem espírito empreendedor, observamos também que uma boa parte ainda não tomou consciência da importância dos treinamentos antes de iniciar seus negócios, estando assim, mais propícios a erros na gestão do empreendimento.

A maioria do grupo pesquisado acredita na possibilidade de um dia ampliar o negócio e poucos não tem o entusiasmo de ampliar seu negócio. Uma grande parte dessas pessoas contam com a ajuda de consultorias que os oferecem todas as informações necessárias para o progresso da empresa, mas a maioria ainda trabalha por conta própria sem nenhum tipo de base de apoio. 60% dos pesquisados conseguiram o retorno do investimento em menos de 3 anos, e 40% conseguiram no prazo de 3 a 6 anos e nenhuma das pessoas pesquisadas

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

conseguiu o retorno do capital investido em mais de 06 anos, destacando que quase todos estão satisfeitos com seus negócios, onde estão obtendo lucros esperados e muito mais do que esperado.

Por meio do espírito empreendedor e visão de futuro, as microempresas utilizam o empreendedorismo como estratégia de negócios à medida que define metas e assume riscos calculados para alcançar seus objetivos, que devem ser planejados e estudados constantemente.

Referências Bibliográficas

ANDRADE Junior, P. P.; SILVA, F. M. G. **Incubadoras de Empresas e o Desenvolvimento Econômico e Tecnológico**. Revista de Engenharia e Tecnologia, v. 4, n. 3, Dezembro de 2012.

ANPROTEC. **Incubadoras e Parques Tecnológicos**. Disponível em:
<<http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/>>. Acessado em 30 de Setembro de 2018.

BES, F. T.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação**. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

BIAGIO, Luiz Arnaldo. **Empreendedorismo: Construindo seu projeto de vida**. Barueri, SP: Manole, 2012. 249 p. Disponível em: <<http://dondomenico.bv3.digitalpages.com.br>>. Acesso em: 15 de maio de 2018.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Disponível no Diário Oficial da União de 15 de Dezembro de 2006.

CANTILLON, R. **Essay on the nature of commerce in general**. New Brunswick: Transaction Publishers, [1755] 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. - 2ª ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007. 296 p.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica do Centro Universitário Don Domênico – UNIDON
10ª Edição – Setembro de 2020 - ISSN 2177-4641

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri: Manole, 2012. 315 p.

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

FARAH, Osvaldo Elias et al. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 251 p.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

FARAH, Osvaldo Elias et al. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 251 p.

FARAH, Osvaldo Elias et al. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 251 p.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: O minidicionário da língua portuguesa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001. 297 p.

FILION, Louis J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI/IEL, 2000. p. 13-42.

HISRICH, Robert D., MICHAEL P. PETERS, Dean A. SHEPHERD. **Empreendedorismo**. 7ª Edição, p. 182. Porto Alegre: Editora Bookman, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 30. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 337 p.

PETERS, P. P.; HISRICH, R. D. **Empreendedorismo**. 5ª Edição. São Paulo: Bookman, 2002.

SEBRAE. **Como elaborar um planejamento estratégico**. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-planejamento-estrategico>

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

VISENTAINÉ, Jonas C. **Atual legitimidade ativa do empresário individual perante os Juizados Especiais Cíveis**. Nov. 2015. <<http://jus.com.br/artigos/44354/atual-legitimidade-ativa-do-empresario-individual-perante-os-juizados-especiais-civeis-pos-lc-147-14>