UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

DESAFIOS DE SER EMPREENDEDOR NO VALE DO TAQUARI/RS

Maurício Henrique Deitos

Lajeado, maio de 2019

Maurício Henrique Deitos

DESAFIOS DE SER EMPREENDEDOR NO VALE DO TAQUARI/RS

Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso – Etapa II, na linha de formação específica em Administração de Empresas, da Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Eloni José Salvi

Lajeado, maio de 2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelas graças cedidas ao longo de minha vida. Sem ele, nada disso seria possível.

A minha esposa Bruna, agradeço por todo apoio durante esse período acadêmico que estive ausente por algumas noites.

Aos meus pais, Darci e Arlete, que sempre me apoiaram e nunca mediram esforços para me ver feliz.

Aos meus irmãos Marcelo e Amanda, que sempre estiveram comigo.

Ao meu orientador Eloni, pelo suporte, pelas suas correções e incentivos.

E todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

O empreendedor é a pessoa que toma iniciativa, pensa no futuro e está incessantemente em busca de oportunidades. Entretanto, para assumir essas condições e ser classificado como tal, o indivíduo precisa enfrentar desafios como: estar constantemente em busca de algo novo, ser proativo, ter espirito de equipe, estar sempre atento as oportunidades e ser persistente. O objetivo deste estudo é apurar os principais desafios encontrados por empreendedores no Vale Taquari/RS em 2019 e, especificamente identificar o perfil dos empreendedores do Vale do Taquari/RS, apurar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS e identificar as estratégias para enfrentar esses desafios. O estudo foi realizado de forma descritiva, com abordagem qualitativa, sendo os dados coletados por meio de um questionário com respostas de múltipla escolha na plataforma do *Google Forms*, examinados com base na análise de conteúdo e frequência. Por meio dos resultados, verificou-se que a maioria dos empresários do Vale do Taquari/RS tem o ensino superior completo e pós-graduação (53,80%) e a maior parte dos respondentes são casados (50,00%). 43,60% são microempreendedores (ME) e 53,60% trabalha com comércio. Também se verificou que carga tributária (impostos) (19,44%) e contratar bons funcionários (capacitação profissional) (18,98%) caminham lado a lado quando o assunto é dificuldade de empreender no Vale do Taquari/RS. Por fim, verificou-se que para enfrentar o principal desafio que é carga tributária (impostos) os empresários dizem que "Não tem o que ser feito, precisamos ser persistentes e trabalhar mais para conseguir pagar" e "Realizar uma análise do regime tributário a fim de buscar outras formas com seu contador". Sobre o segundo desafio de contratar bons funcionários (capacitação profissional), os empresários dizem que precisam "Investir em treinamentos".

Palavras-chave: Empreendedorismo. Desafios de empreender. Estratégias. Vale do Taquari/RS.

ABSTRACT

The entrepreneur is the person who takes initiative, thinks about the future and is incessantly looking for opportunities. However, to assume these conditions and be classified as such, the individual must face challenges such as: being constantly in search of something new, being proactive, having team spirit, always be aware of opportunities and be persistent. The objective of this study was to identify the main challenges encountered by entrepreneurs in the Vale Taquari / RS in 2019 and, specifically, to identify the profile of entrepreneurs in Vale do Taquari / RS, to identify the challenges to be undertaken in Vale do Taquari / RS and to identify strategies for challenges. The study was conducted in a descriptive way, with a qualitative approach, and the data were collected through a questionnaire with multiple choice answers in the Google Forms platform, examined based on content and frequency analysis. Through the results, it was verified that the majority of the entrepreneurs of Vale do Taquari / RS have the complete superior education and post-graduation (53,80%) and are married (50,00%). 43.60% are microentrepreneurs (ME) and 53.60% work with commerce. It was also found that the tax burden (taxes) (19.44%) and the hiring of good employees (professional qualification) (18.98%) go hand in hand when it is difficult to undertake in Vale do Taquari / RS. Finally, it was verified that to face the main challenge that is tax burden (taxes) entrepreneurs say "There is nothing to be done, we need to be persistent and work harder to get paid" and "Conduct an analysis of the tax regime to order to find other ways with your accountant ". On the second challenge of hiring good employees (professional training), entrepreneurs say they need to "invest in training."

Keywords: Entrepreneurship. Challenges to undertake. Strategies. Vale do Taquari/RS.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fatores relevantes para evitar a falência da empresa.....17

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - O perfil de um empreendedor de sucesso.....16

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Idade dos empresários que responderam o questionário 25
Tabela 2 - Sexo dos empresários que responderam o questionário 25
Tabela 3 - Estado Civil dos empresários que responderam o questionário 26
Tabela 4 - Escolaridade dos empresários que responderam o questionário 26
Tabela 5 - Há quanto tempo tem negócio próprio os empresários que responderam o questionário 27
Tabela 6 - Se possui mais de um negócio os empresários que responderam o questionário 28
Tabela 7 - Faturamento anual dos empresários que responderam o questionário 28
Tabela 8 - Setor de atividade dos empresários que responderam o questionário 29
Tabela 9 - Principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS segundo os empresários que responderam o questionário 29

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9
1.1 Tema 10
1.2 Problema 10
1.3 Objetivos 11
1.3.1 Objetivo geral 11
1.3.2 Objetivos específicos 11
1.4 Justificativa 11
1.5 Delimitação do tema 12

2 REFERENCIAL TEÓRICO 13
2.1 Empreendedorismo 13
2.2 Características comportamentais de empreendedores 15
2.3 Desafios de ser empreendedor no Brasil 17

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 21
3.1 A pesquisa quanto aos fins 21
3.2 Quanto aos meios 22
3.3 População e amostra 22
3.4 Plano de coleta de dados 22
3.5 Tratamento dos dados 23
3.6 Limitações do método 23

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS 24
4.1 Perfil dos empreendedores no Vale do Taquari/RS 24
4.1.1 Idade 24
4.1.2 Sexo 25
4.1.3 Estado civil 25
4.1.4 Escolaridade 26
4.1.5 Há quanto tempo tem o negócio próprio 27
4.1.6 Possui mais de um negócio 27
4.1.7 Faturamento anual 28
4.1.8 Setor de atividade 28
4.1.9 Perfil do empreendedor do Vale do Taquari/RS 29
4.2 Desafios de empreender no Vale do Taquari/RS 29

4.3 Estratégias para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.....31

5 CONCLUSÃO.....32

REFERÊNCIAS 34

ANEXO.....37
ANEXO A – Questionário.....38

1 INTRODUÇÃO

Na busca de qualificação, todo indivíduo faz uma análise, mesmo que de forma superficial, dos fatores que devem contornar sua futura carreira profissional. Além do gosto e da afinidade pela área, a maioria leva em consideração, até por necessidade, as alternativas que o mercado oferece.

Para os estudantes de Administração de Empresas, existe um leque de oportunidades, uma infinidade de opções dentro de organizações públicas e privadas. De acordo com Bomtempo (2005), o Curso de Administração é apresentado ao indivíduo como uma ótima alternativa, a qual poderá lhe proporcionar uma posição destacada no mundo do trabalho, oferecendo uma diversidade de áreas de atuação e dando todo o suporte para os que têm o sonho de abrir seu próprio negócio. É a possibilidade perfeita de buscar conhecimento para quem deseja trabalhar de forma independente, tornar-se o próprio patrão.

Quando alguém fala em tornar-se o próprio patrão surge a figura do empreendedor, que para ter sucesso enfrenta muitas dificuldades, como: estar constantemente em busca de algo novo, ser proativo, ter espírito de equipe, estar sempre atento às oportunidades, motivado, ser persistente, se preocupar com a alta qualidade do seu trabalho e ser comprometido com o que faz.

No Brasil, percebe-se uma alta taxa de fechamento de novas empresas devido à utilização do empreendedorismo por necessidade, visto que, uma vez desempregado, o brasileiro torna-se empresário, monta seu negócio e começa a geri-lo sem a devida competência. Uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostra que de cada quatro empresas abertas, uma fecha antes de completar

dois anos (DINO, 2018).

Ainda mais preocupante a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), em uma notícia divulgada pelo Valor Econômico, aponta que dois terços das empresas fecham antes de completar cinco anos (BÔAS, 2017).

1.1 Tema

O empreendedorismo e os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS em 2019.

1.2 Problema

Conforme Rottenberg (2014), muitas literaturas sobre empreendedorismo mostram apenas os momentos em que os criadores decidem empreender, os obstáculos divertidos que enfrentam a caminho do altar, o trajeto que percorrem sob um bonito pôr do sol e logo depois a primeira grande realização. A autora ainda salienta que "Montar uma empresa é como casar, declarou Georges Doriot, considerado o pai do capital de risco. A maioria dos problemas aparece depois que a lua de mel termina" (ROTTENBERG, 2014, p. 103).

Um estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que mede a taxa de mortalidade das empresas com até 2 anos em todo Brasil, revela que o estado de Alagoas (AL) possui a menor taxa de mortalidade com 19 pontos percentuais, já o estado do Amazonas (AM) tem a maior taxa de mortalidade com 33 pontos percentuais, apresentando uma diferença de 14 pontos percentuais. Para empresas do Rio Grande do Sul (RS), essa taxa de mortalidade fica em 25 pontos percentuais. Apenas 2 pontos percentuais acima da média nacional que é de 23 pontos percentuais (SEBRAE, 2015).

Para o Sebrae, as taxas de mortalidade demonstram as dificuldades encontradas pelos empreendedores, tais como: falta de capital, falta de conhecimento, mão de obra, clientes, impostos, burocracia, logística, obtenção de crédito, concorrência, inadimplência, propaganda e crise. Contudo, essas dificuldades mudam de um Estado para outro, enquanto em Alagoas a principal dificuldade está na capacitação profissional, no estado do Amazonas é a logística, pois os municípios ficam longe da capital. Já para o Rio Grande do Sul, a maior dificuldade

está na burocracia de abrir uma empresa, podendo levar mais de 300 dias (SEBRAE, 2015).

Nesse sentido, restam dúvidas sobre as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores em outros locais, e se as dificuldades são semelhantes ou diferentes das apresentadas. Com isso, este estudo se propõe a responder a seguinte questão: Quais os principais desafios encontrados pelos empreendedores do Vale do Taquari/RS em 2019?

1.3 Objetivos

Os objetivos constituem a finalidade de um trabalho, ou seja, a meta que se pretende atingir com a elaboração da pesquisa.

1.3.1 Objetivo geral

Apurar os principais desafios encontrados por empreendedores no Vale Taquari/RS em 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

a) Identificar o perfil dos empreendedores no Vale do Taquari/RS;

b) Apurar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS;

c) Identificar as estratégias para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.

1.4 Justificativa

Este trabalho justifica-se pela importância do tema abordado, servindo para demonstrar as dificuldades que o empreendedor enfrenta no Vale do Taquari/RS e auxiliar em possíveis soluções a essas dificuldades.

Instituições como Univates e Sebrae que estimulam o empreendedorismo na região, poderiam realizar mais estudos e pesquisas demonstrando as reais dificuldades de empreender na região do Vale do Taquari.

Assim, contribuir com a sobrevivência das empresas e também incentivar a atitude empreendedora, pois as empresas com mais informações a respeito de quais são os principais problemas e as estratégias de possível enfrentamento dessas dificuldades, terão mais chance de implementar ações que evitem os prejuízos e assim o fechamento das empresas.

Para o autor do trabalho, que pretende abrir seu próprio negócio, será uma ótima oportunidade de aprofundar-se sobre o assunto de empreendedorismo, além de estar mais preparado para possíveis dificuldades.

1.5 Delimitação do tema

O presente estudo, com início no mês de janeiro e término no mês de junho de 2019, pretende estudar o perfil empreendedor, os desafios de empreender e as estratégias para enfrentar os desafios. Tendo como foco principal, os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS em 2019.

O estudo também estudará o perfil socioeconômico dos empreendedores e seus diferentes segmentos de mercado.

Não serão analisadas a correlação dos desafios de empreender quanto aos diferentes segmentos de mercado e o perfil socioeconômico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta a sustentação teórica ao estudo, abordando os principais assuntos relacionados ao empreendedorismo, com destaque para as características comportamentais dos empreendedores e os desafios de ser empreendedor no Brasil.

2.1 Empreendedorismo

Há muito tempo o termo empreendedorismo vem sendo mencionado em uma série de obras literárias. Autor de vários trabalhos sobre o tema, Dornelas (2012) cita que empreender é ter a capacidade de transformar ideias em negócios. Degen (2009) segue essa linha de pensamento, ao dizer que empreendedor é aquele que não mede esforços e se sente realizado ao ver sua ideia concretizada em um negócio.

O mundo passou por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando fora criada a maior parte das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente essas invenções são frutos de inovação, de algo raro ou de uma nova visão de como utilizar as coisas já existentes, mas de uma forma que ninguém pensou em usá-las. Empreendedores estão revolucionando o mundo, são pessoas diferenciadas, motivadas, apaixonadas pelo que fazem, buscam ter um diferencial no ambiente em que estão inseridas, querem reconhecimento, admiração, deixar um legado para a sociedade (DORNELAS, 2008).

Para Dornelas (2003, p. 7) “o empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm

promovido esse desenvolvimento".

O empreendedorismo é uma caraterística humana que mistura visão, paixão, estratégia, planejamento, sabedoria e energia, permitindo que boas ideias virem realidade. Considera-se a inovação como ferramenta específica dos empreendedores, pois é o meio onde as oportunidades para um negócio diferente são exploradas e praticadas (TIDD; BESSANT, 2009).

Ser empreendedor não está somente em ter uma boa ideia, mas sim em sua capacidade de operacionalizar a oportunidade, com base em um novo modelo de negócios. Mesmo sem uma efetiva inovação tecnológica, muitos novos negócios continuam surgindo, mudando apenas a forma de oferecer produtos ou serviços já tradicionais no mercado (AIDAR, 2007).

> Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. A inovação, de fato, cria um recurso. Não existe algo chamado de "recurso" até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e assim o dote de valor econômico (DRUCKER, 2003, p. 39).

Ser um empreender é uma tarefa arriscada, visto que ousar num mercado que já é dominado por grandes empresas são características de pessoas que têm coragem de arriscar e força para superar todos os obstáculos de um mercado globalizado. O empreendedor precisa agarrar as oportunidades e buscar recursos para transformá-las em um negócio lucrativo (CRUZ, 2008).

> Cerca de 11% da população americana e de 15% da população economicamente ativa no Brasil estão trabalhando ativamente para iniciar uma nova empresa [...], no Brasil, a maioria das empresas pode der considerada micro e pequena e são essas empresas as maiores geradoras de empregos, porém, como no caso americano, poucas são as empresas que crescem rapidamente e se tornam grandes referências no mercado (DORNELAS; SPINELLI; ADAMS; 2014, p.82).

Os profissionais empreendedores não se contentam com monotonia, querem sempre algo novo, estão sempre em busca de novas ideias, por conseguinte, a busca ou a prática da inovação nada mais é que uma simples atividade aos empreendedores, tanto para os que estão inserindo-se no mercado quanto para aqueles que já estão trabalhando em alguma organização (DORNELAS, 2003).

2.2 Características comportamentais de empreendedores

Segundo Birley e Muzyka (2005), os empreendedores existem para capturar as oportunidades, eles têm a capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio.

Para Schumpeter *apud* Minello, Bürger e Krüger (2018), o empreendedor é caracterizado como um agente de mudança inovador que, por meio de características especiais e habilidades específicas, desempenha determinada atividade empreendedora.

> Apesar de o perfil do empreendedor bem sucedido ser quase uma caricatura, ele ilustra duas características importantes necessárias ao futuro empreendedor: primeiro, não se conformar com o mundo e tentar adaptar o mundo a si; segundo, ter grande necessidade de realizar e disposição de assumir os riscos e fazer sacrifícios pessoais necessários para ter sucesso (DEGEN, 2009, p. 15).

Para Dornelas (2012), empreendedor é um administrador mais visionário, com diferenças significativas em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais. Diante de uma perspectiva econômica, “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” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 29).

Dornelas (2012) afirma que empreendedores de sucesso são aqueles que possuem visão de futuro sobre seu negócio e tem a habilidade de implementar suas ideias e sonhos. São indivíduos que sabem tomar decisões certas nos momentos difíceis, agregam valor aos produtos e exploram ao máximo cada ideia e oportunidade.

Segundo Sebrae (2018), novas ideias e originalidade em projetos e criação de novos produtos/serviços, exigem do empreendedor algumas características que irão auxiliar nesse processo de mudança. O Quadro 1 apresenta algumas características ambientais e sociológicas de empreendedores de sucesso.

Quadro 1 - O perfil de um empreendedor de sucesso

Criatividade	Aceitar os desafios e buscar soluções viáveis para a solução de problemas.
Liderança	Passar confiança, motivar, delegar responsabilidades, formar equipe, criar um clima de moral elevado, saber compartilhar ideias, ouvir, aceitar opiniões, elogiar e criticar pessoas.
Perseverança	Acreditar em seus propósitos, sem deixar de enxergar os limites de sua possibilidade, buscando metas viáveis até mesmo em situações adversas.
Flexibilidade	Ter domínio situação para ajustar-se quando a situação demandar mudanças, estar aberto para estudar e aprender sempre.
Vontade de trabalhar	Estar preparado para trabalhar depois do horário. Dedicar-se plenamente e de forma entusiasmada ao seu negócio.
Automotivação	É preciso gostar do que está fazendo. Encontrar a realização pessoal no trabalho e seus resultados.
Formação permanente	Buscar constantemente informações sobre o mercado e atualização profissional sobre novas técnicas gerenciais.
Organização	Compreender as relações internas para ordenar o processo produtivo e administrativo de forma lógica e racional, entender as alterações ocorridas no meio ambiente externo de forma a estruturar a empresa para melhor lidar com essas mudanças.
Senso crítico	Se antecipar aos problemas principais, analisando-os friamente.

Fonte: Sebrae (2018).

A relação entre os pontos citados, ao pensar na elaboração de um novo negócio ou mesmo na continuidade de um trabalho já existente, é fundamental para que o sucesso do empreendimento seja obtido. Como afirmam Schineider e Branco (2012), a sustentação da criatividade como parte do ser, é uma das principais habilidades do indivíduo empreendedor, pois ele sabe que ser criativo.

> Todos os dias são iniciadas milhares de empresas, poucas têm chances de sucesso. A grande maioria não vai passar da mediocridade, e algumas vão fracassar. A diferença entre os empreendimentos de sucesso e os medíocres ou fracassados é justamente a criatividade do empreendedor. A diferenciação que ele vai conseguirem relação aos seus concorrentes, para atrair mais consumidores a pagar, é fruto direto de sua criatividade, desenvolvida pela observação incansável (DEGEN, 1989, p. 21).

Dolabela (1999) complementa assegurando que as atitudes e o comportamento do empreendedor são os motivos que ocasionarão o sucesso ou o fracasso de um negócio. Por fim, entende-se que o mundo atual necessita de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e se deem de forma sucessiva (DRUCKER, 2003).

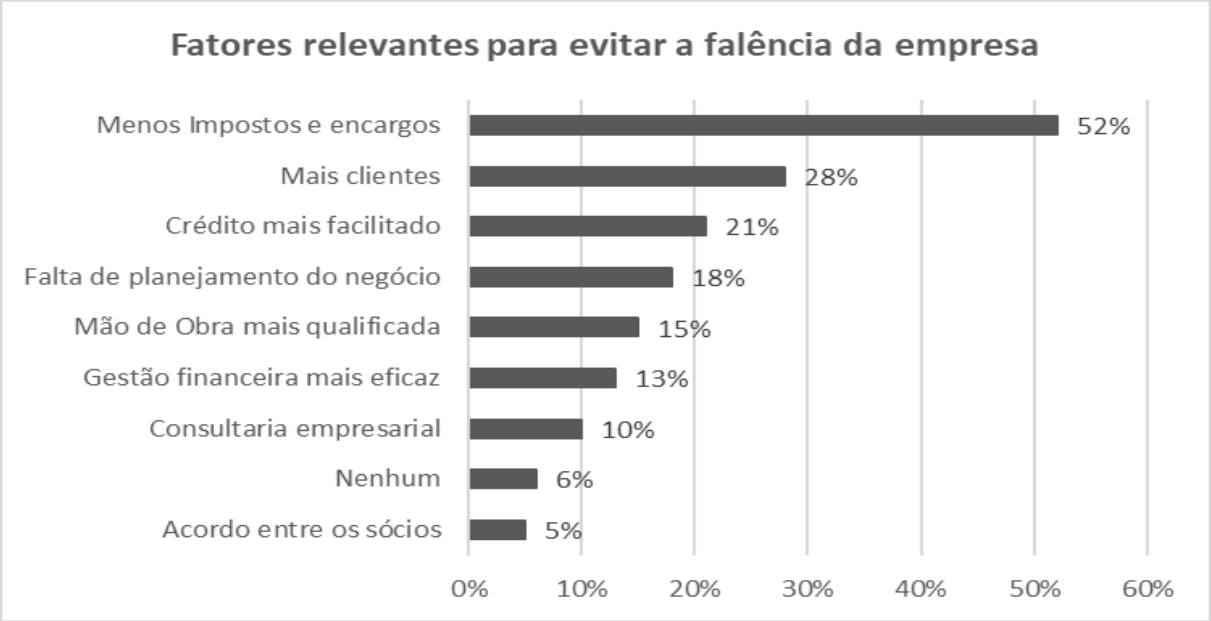
2.3 Desafios de ser empreendedor no Brasil

O empreendedorismo no Brasil, segundo Dornelas (2012), passou a ganhar forma durante a década de 1990, a partir da criação de programas como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), dos cursos desenvolvidos nas universidades brasileiras e da ênfase do governo federal no apoio às micro e pequenas empresas. “Em síntese, os últimos 20 anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo” (DORNELAS, 2012, p. 17). De acordo com o autor, antes disto, praticamente não se falava no tema, pois os ambientes político e econômico do país não eram favoráveis e o empreendedor não encontrava informações que pudessem auxiliá-lo a desenvolver suas ideias (DORNELAS, 2012).

Entretanto, Dornelas (2012) entende que apesar destes avanços recentes indicados pelo Governo Federal, ainda faltam políticas públicas duráveis dirigidas à consolidação do empreendedorismo no Brasil.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae (2016), com empresas que tiveram suas atividades encerradas, mostra que seria útil para evitar o fechamento do negócio: menos impostos e encargos (52%), mais clientes (28%), crédito mais facilitado (21%) e um melhor planejamento do negócio (18%). A Figura 1 apresenta os fatores mais relevantes que levam as empresas a falência.

Figura 1 – Fatores relevantes para evitar a falência da empresa



Fonte: Sebrae (2016, p. 14).

Para Bernardi (2015), o custo Brasil e apontado como principal causa da perda de competitividade da indústria brasileira, ser empreender no Brasil é um desafio “redobrado”, em comparação a outras nações. Degen (2009) enfatiza que carga tributária excessiva, somada a outros custos derivados da infraestrutura deficiente, forma o chamado “custo Brasil”, que onera os produtos brasileiros, deixando-os menos competitivos no mercado global.

Roveda (2016), completa afirmando que vários empreendedores acabam abdicando do próprio negócio devido à alta taxa de impostos e encargos. É preciso um contador de confiança para analisar as tendências do mercado e que saiba identificar o melhor momento para investir ou captar recursos. Os impostos variam de acordo com o ramo de atividade e até mesmo com o porte da empresa.

A concorrência fica mais forte a cada dia, por isso muitos empreendedores enfrentam dificuldades para alcançar um bom posicionamento no mercado e uma boa quantidade de clientes, principalmente quando se trata de grandes concorrentes, ou seja, empresas grandes que estão há um bom tempo no mercado. Para que isso não atrapalhe o negócio, é preciso se destacar no bom atendimento e acrescentar diferenciais ao seu produto ou serviço (ROVEDA, 2016).

Segundo Hisao (2017), empreender no Brasil não é uma tarefa muito fácil, além de necessitar de conhecimento e habilidades, o administrador também depende do governo e das condições de mercado. São vários desafios encontrados pelo empreendedor no Brasil, os mais comuns são: tributação, economia, legislação/burocracia, mercado internacional, falta de infraestrutura, falta de credibilidade, mudanças tecnológicas, e mudanças nos hábitos de consumo.

O autor ainda lembra que o Brasil possui uma alta carga tributária, sendo o sétimo país onde mais são cobrados impostos. As causas dessa altíssima carga tributária são um Estado ineficiente e a má gestão do dinheiro público. Quando isso acontece, os impostos continuam elevando o custo da produção, e o baixo retorno do dinheiro público em forma de serviços dificulta ainda mais a situação. Mesmo com sinais de melhora, a economia brasileira passa pela pior crise econômica de sua história. Com a crise, as empresas demitem o trabalhador, que consequentemente consome menos e contrai dividas. Fatalmente caem os lucros e os investimentos também. Dificuldade o crescimento da empresa.

No Brasil as leis dificultam a contratação, assim como dificultam demissões, o que

encarece todos os processos e deixa milhões de trabalhadores brasileiros atuando na informalidade (HISAO, 2017).

Conforme o mesmo autor, enquanto o governo brasileiro parece querer frear o desenvolvimento do setor empreendedor no país, outros países estão fazendo exatamente o contrário. E nesse cenário, o mercado internacional se fortalece enormemente em conseguir oferecer aos consumidores condições e preços melhores para o nosso próprio mercado! O principal obstáculo está na China, que é rica em indústrias de quase todo tipo e consegue produzir com baixos custos. A falta de estradas, ferrovias, hidrovias, portos, viadutos, balsas, trens, metrôs, ônibus e muitas outras estruturas de logística facilitariam muito a vida tanto do empresário quanto do trabalhador. Esse déficit de infraestrutura é um recurso indispensável para todo setor empresarial e acaba por elevar o custo de produção.

O mesmo autor lembra que com as mudanças nas leis sindicais, criou-se no Brasil um ambiente de hostilidade entre o empregado e o empresário. Isto prejudica a imagem do empresário perante os trabalhadores, diminuído a produtividade. A todo momento surgem novidades no setor digital que mudam consideravelmente os modelos de gestão e de negócio dentro do mercado brasileiro. Não que isso represente um obstáculo, uma vez que todos precisam se adaptar, mas não deixa de ser um desafio. Afinal, quem não se adapta acaba levando prejuízo.

Todas as mudanças tecnológicas são responsáveis pela mudança de hábitos de consumo da clientela, a qual está cada vez mais bem informada e exigente em relação aos serviços e produtos que consome. O empresário precisa se adaptar e cativar este cliente com métodos cada vez mais avançados (HISAO, 2017).

> Empreender é um assunto muito sério. Não estamos falando de abrir uma loja de bonecas ou uma barraquinha de pulseiras numa praia de Ibiza. Estamos falando de empreender, de arriscar o próprio dinheiro e uma carreira profissional, de comprometer a economia familiar do empreendedor e, e na maioria das vezes, seu próprio patrimônio (BES. 2007).

Para Rottenberg (2014), algumas bibliografias sobre empreendedorismo mostram apenas os momentos em que os criadores decidem empreender, os obstáculos divertidos que enfrentam a caminho do altar, o trajeto que percorrem sob um bonito por do sol e logo depois a primeira grande realização. A autora ainda salienta que “Montar uma empresa é como casar, declarou Georges Doriot, considerado o pai do capital de risco. A maioria dos problemas aparece depois que a lua de mel termina” (ROTTENBERG, 2014, p. 103).

Maximiano (2012), completa dizendo que nem tudo são flores na vida dos empreendedores, o período que vai da criação de uma empresa até sua consolidação exige dedicação integral do responsável. “São longas horas de trabalho duro, muitas vezes em regime de sete dias por semana. Nada mais equivocado do que a crença de que o empresário só trabalha quando quer” (MAXIMIANO, 2012, p. 6).

Em virtude destes fatores é comum que muitos tenham medo de largar seu emprego para investir numa carreira empreendedora. Para Nuccio e Wollheim (2016) abrir um negócio no Brasil não é fácil, mas em comparação às últimas décadas, que contavam com inflação altíssima, diversos planos econômicos e uma série de dificuldades, o ambiente atual encontra-se mais favorável. “Aos olhos do empreendedor, crise é oportunidade” (NUCCIO; WOLLHEIM, 2016, p. 27).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pode-se entender a metodologia como um processo de pesquisa utilizado para desenvolver alguns estudos com a finalidade de responder o tema em questão e alcançar os objetivos desejados.

> Existem vários tipos de pesquisa conforme critérios utilizados pelos autores, sendo eles quanto aos fins: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista; quanto aos meios: de campo, de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, expost facto, participante, pesquisa-ação e estudo de caso (VERGARA, 2003, p. 22).

3.1 A pesquisa quanto aos fins

A pesquisa quanto aos fins foi de caráter descritiva, visto que descreveu as características dos entrevistados e o que os mesmos entendem ser os desafios de empreender no Vale do Taquari em 2019. Segundo Gil (2010), a pesquisa descritiva tem como objetivo principal descrever as características de determinada população, "[...] possui como principal objetivo a descrição de algo – geralmente características ou funções do mercado" (MALHOTRA, 2011, p. 59).

Com relação a natureza da abordagem, a pesquisa é classificada como qualitativa, já que buscou informações descritivas e de opiniões de empreendedores. Para Malhotra (2001), este tipo de análise permite uma melhor visão e compreensão do contexto, busca "[...] compreender um fenômeno em seu sentido mais intenso" (APPOLINÁRIO, 2006, p. 159).

3.2 Quanto aos meios

Quanto aos meios, o método escolhido para investigação foi a pesquisa de campo. Pesquisas dessa natureza caracterizam pela interrogação dos indivíduos, dos quais se deseja conhecer o comportamento. Para Fonseca (2002), a pesquisa de campo caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa.

3.3 População e amostra

A população-alvo desse estudo é composta por todos as empresas do Vale do Taquari/RS. Segundo O Informativo do Vale (2016), o Vale do Taquari/RS possui 27.969 empresas em atividade. Para selecionar os elementos que compuseram essa amostra, foi utilizada uma lista limitada de e-mails fornecida pelo Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) com o e-mail de empresários do Vale do Taquari/RS, pois a lista completa não está disponível. Para tal amostra, utiliza-se o método de amostragem não-probabilística por acessibilidade. Nesse tipo de amostra o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo (GIL, 2012).

A amostra de 78 respondentes foi composta por aqueles que se dispuserem a responder ao questionário.

3.4 Plano de coleta de dados

A coleta dos dados foi realizada de maneira virtual, por meio de um questionário (ANEXO A), enviado aos respondentes pelo e-mail mdeitos@universo.univates.br, com perguntas de múltipla escolha e descritivas, que foram respondidas na plataforma do *Google Forms.*

O questionário foi encaminhado a uma lista limitada com 792 e-mails pessoais de empresários do Vale do Taquari/RS, obtidos junto a associações empresariais, e respondido durante os meses de janeiro e março de 2019.

3.5 Tratamento dos dados

Após coletar os dados faz-se uma análise qualitativa para obter os resultados (GIL, 2008).

Com os dados dessa coleta, foi realizada uma análise de conteúdo das respostas descritivas e uma análise de frequência das questões de múltipla escolha. Para Marconi e Lakatos, (2010), na análise de conteúdo o pesquisador entrará em maiores detalhes sobre os dados decorrentes da pesquisa para conseguir respostas às suas indagações, estabelecendo as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas na análise de frequência, o pesquisador baseia-se, na frequência de determinados elementos da mensagem, analisando possíveis relações entre variáveis (RICHARDSON, 2017).

3.6 Limitações do método

O método escolhido para a realização desse trabalho apresenta limitações decorrentes da forma como foi aplicada. Segundo Vergara (2006, p. 61), “Todo método tem possibilidades e limitações”. Por tratar-se de uma região específica, de onde foi tomada para pesquisa uma amostra não-probabilística, os resultados apurados limitam-se apenas a estes empresários, não cabendo generalizações.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Apresenta-se, neste capítulo, os resultados obtidos na pesquisa de campo, realizada conforme descrito no capítulo da metodologia.

4.1 Perfil dos empreendedores no Vale do Taquari/RS

Dentro do ambiente objeto de estudo, inicialmente foi realizado um questionamento para definir o perfil dos empresários do Vale do Taquari/RS. Os questionamentos foram sobre: idade; sexo; estado civil; escolaridade; tempo que tem seu próprio negócio; se possui mais de um negócio; faturamento anual e setor de atividade.

4.1.1 Idade

No que refere-se a idade, contatou-se que 21,80% dos entrevistados possuem entre 51 e 60 anos; 20,50% possuem entre 36 e 40 anos; 15,40% possuem entre 26 e 30 anos; 15,40% possuem entre 31 e 35 anos; 12,80% possuem entre 41 e 45 anos; 10,20% possuem entre 46 e 50 anos; 2,60% possuem mais de 60 anos e 1,30% possuem entre 16 e 20 anos.

Confirma-se com isso que a maior parte dos empresários entrevistados, possui idade entre 51 e 60 anos.

Tabela 1 – Idade dos empresários que responderam o questionário

Idade	Frequência	%
Entre 51 e 60 anos	17	21,80
Entre 36 e 40 anos	16	20,50
Entre 26 e 30 anos	12	15,40
Entre 31 e 35 anos	12	15,40
Entre 41 e 45 anos	10	12,80
Entre 46 e 50 anos	8	10,20
Mais de 60 anos	2	2,60
Entre 21 e 25 anos	1	1,30
Entre 16 e 20 anos	0	0,00
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.2 Sexo

No que se refere a idade, foi possível identificar que 56,40% dos empresários são do sexo masculino, enquanto 43,60% são do sexo feminino.

Percebe-se com isso que a maioria dos empresários entrevistados e do sexo masculino.

Tabela 2 – Sexo dos empresários que responderam o questionário

Sexo	Frequência	%
Masculino	44	56,40
Feminino	34	43,60
Prefiro não informar	0	0,00
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.3 Estado civil

No que se refere a estado civil, foi possível identificar que 50,00% dos entrevistados são casados; 27,00% tem união estável; 19,20% está solteiro e 3,80% e separado/divorciado.

Percebe-se com isso que a maior parte dos empresários entrevistados está casado.

Tabela 3 – Estado Civil dos empresários que responderam o questionário

Estado Civil	Frequência	%
Casado(a)	39	50,00
União Estável	21	27,00
Solteiro(a)	15	19,20
Separado(a) / Divorciado(a)	3	3,80
Viúvo(a)	0	0,00
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.4 Escolaridade

Quando se refere a escolaridade, a maioria dos entrevistados tem o ensino superior completo, correspondendo a 32,10%; 21,70% tem pós-graduação; 20,50% ensino superior incompleto; 17,90% ensino médio completo; 2,60% ensino fundamental completo; 2,60% ensino médio incompleto; 1,30% mestrado e 1,30% com doutorado.

Confirma-se com isso que a maioria dos empresários entrevistados, correspondendo a 53,80% tem o ensino superior completo e pós-graduação.

Levando em consideração que a maioria desses empresários tem formação do ensino superior e pós-graduação, pode-se confirmar o que foi dito pelo Sebrae (2018), empresários tem um perfil de buscar constantemente atualização profissional.

Tabela 4 – Escolaridade dos empresários que responderam o questionário

Escolaridade	Frequência	%
Ensino Superior Completo	25	32,10
Pós-Graduação	17	21,70
Ensino Superior Incompleto	16	20,50
Ensino Médio Completo	14	17,90
Ensino Fundamental Completo	2	2,60
Ensino Médio Incompleto	2	2,60
Mestrado	1	1,30
Doutorado	1	1,30
Ensino Fundamental Incompleto	0	0,00
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.5 Há quanto tempo tem o negócio próprio

Quanto ao tempo que o empresário tem o seu próprio negócio, 27,00% tem entre 1 e 5 anos; 14,10% entre 16 e 20 anos; 14,10% entre 26 e 30 anos; 12,80% entre 6 e 10 anos; 12,80% entre 11 e 15 anos; 5,10% menos de 1 ano; 5,10% entre 21 e 25 anos; 3,80% entre 31 e 35 anos; 2,60% entre 41 e 45 anos; 1,30% entre 46 e 50 anos e 1,30% mais de 50 anos.

Entende-se com isso que a maior parte dos empresários entrevistadas tem seu próprio negócio entre 1 e 5 anos.

Levando em consideração que a maior parte dessas empresas tem entre 1 e 5 anos, confirma-se o que foi dito por Degen (1989), de que todos os dias são iniciadas milhares de empresas.

Tabela 5 – Há quanto tempo tem negócio próprio os empresários que responderam o questionário

Há quanto tempo tem negócio próprio	Frequência	%
Entre 1 e 5 anos	21	27,00
Entre 16 e 20 anos	11	14,10
Entre 26 e 30 anos	11	14,10
Entre 6 e 10 anos	10	12,80
Entre 11 e 15 anos	10	12,80
Menos de 1 ano	4	5,10
Entre 21 e 25 anos	4	5,10
Entre 31 e 35 anos	3	3,80
Entre 41 e 45 anos	2	2,60
Entre 46 e 50 anos	1	1,30
Mais de 50 anos	1	1,30
Entre 36 e 40 anos	0	0,00
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.6 Possui mais de um negócio

Sobre o empresário possuir mais de um negócio, 62,80% disseram que não e 37,20% disseram que sim.

Demonstrando que a maioria dos empresários entrevistados, 62,80% tem apenas um negócio próprio.

Tabela 6 – Se possui mais de um negócio os empresários que responderam o questionário

Possui mais de um negócio próprio	Frequência	%
Não	49	62,80
Sim	29	37,20
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.7 Faturamento anual

Quanto ao faturamento anual dos empresários, 43,60% possuem microempresa (ME) com faturamento anual de até R$ 360.000,00; 41,00% possuem empresa de pequeno porte (EPP) com faturamento anual entre R$360.000,01 e R$4.800.000,00; 12,80% possuem empresa de médio porte (EMP) com faturamento anual entre R$4.800.000,01 e R$300.000.000,00 e 2,60% possuem empresa de grande porte (EGP) com faturamento anual superior a R$300.000.000,00.

Percebe-se com isso que a maioria parte dos empresários entrevistados, 43,60% são microempreendedores (ME) com faturamento anual de até R$360.000,00.

Tabela 7 – Faturamento anual dos empresários que responderam o questionário

Faturamento anual	Frequência	%
Entre R$ 360.000,01 e 4.800.000,00	32	41,00
Até R$ 81.000,00	17	21,80
Entre R$ 81.000,01 e 360.000,00	17	21,80
Entre R$ 4.800.000,01 e 300.000.000,00	10	12,80
Mais de R$ 300.000.000,00	2	2,60
Total	78	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.8 Setor de atividade

No que se refere o setor de atividade, 53,68% dos empresários trabalham com comércio; 40,00% com serviços e 6,32% na indústria.

Percebe-se com isso que a maioria dos empresários entrevistados, 53,68% trabalham com comércio.

Tabela 8 – Setor de atividade dos empresários que responderam o questionário

Setor de Atividade	Frequência	%
Comércio	51	53,68
Serviço	38	40,00
Indústria	6	6,32
Total	95	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.1.9 Perfil do empreendedor do Vale do Taquari/RS

No que diz respeito análise de perfil dos empresários entrevistados do Vale do Taquari/RS, constatou-se que a maioria 53,80% tem o ensino superior completo e pós-graduação; 62,80% possuem apenas uma empresa e a maior parte dos entrevistados, (27,00%) tem o seu próprio negócio entre 1 e 5 anos.

Quando analisado o perfil socioeconômico dos empresários do vale do Taquari/RS, percebeu-se que 43,60% possuem microempresas (ME); 41,00% possuem empresa de pequeno porte (EPP); 12,80% possuem empresa de médio porte (EMP) e 2,60% possuem empresa de grande porte (EGP).

No que diz respeito ao setor de atividade, 53,68% dos empresários trabalham com comércio, enquanto 40,00% com serviço e 6,32 com indústria.

4.2 Desafios de empreender no Vale do Taquari/RS

Tabela 9 – Principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS segundo os empresários que responderam o questionário

Principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS	Frequência	%
Carga tributária (Impostos)	42	19,44
Contratar bons funcionários (Capacitação profissional)	41	18,98
Ter uma boa rentabilidade do negócio	20	9,26
Captação de clientes	19	8,80
Concorrência	17	7,87
Ter preços competitivos	12	5,56
Inadimplência	9	4,17

(Continua...)

(Conclusão)

Principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS	Frequência	%
Crise econômica	9	4,17
Burocracia	8	3,70
Ter recursos financeiros disponíveis	8	3,70
Inovação do negócio	6	2,78
Obtenção de crédito	5	2,31
Obter licenças e alvarás	5	2,31
Logística	4	1,85
Encontrar um bom ponto comercial	4	1,85
Definir o ramo de atuação	2	0,93
Custo da mão-de-obra	2	0,93
Trabalhar muitas horas (24x7)	2	0,93
Ter fornecedores adequados	1	0,46
Tempo necessário para abrir um negócio	0	0,00
Questões ambientais	0	0,00
Outras	0	0,00
Total	216	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Posteriormente os empresários foram questionados sobre os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.

Quando se trata de desafios para empreender no Vale do Taquari/RS, os empresários acreditam serem os principais: a carga tributária (Impostos), correspondendo a 19,44%; 18,98% contratar bons funcionários (Capacitação profissional); 9,26% ter uma boa rentabilidade; 7,87% a concorrência; e 5,56% ter preços competitivos.

Confirma-se com isso que a maior parte dos empresários entrevistados, acredita que os dois principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS são: carga tributária com 19,44% e a contratação de bons funcionários (Capacitação profissional) com 18,98%.

Levando em consideração que a maior parte dos empresários entrevistados acredita ser a carga tributário o principal desafio, confirma-se o que foi dito em um estudo do Sebrae (2016), onde aponta que o principal desafio de empreender no Brasil e a alta carga tributária (impostos).

Porem quando levada em consideração a segunda maior dificuldade apontada pelos empresários do Vale do Taquari/RS; contratação de bons funcionários (Capacitação profissional), notamos que diverge do estudo realizado pelo Sebrae (2016), onde essa

dificuldade aparece somente na quinta colocação.

4.3 Estratégias para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS

Como fechamento do questionário, foram solicitadas as estratégias utilizadas para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.

No que se refere as estratégias utilizadas para enfrentar os principais desafios de empreender no Vale do Taquari/RS, a alta carga tributária (impostos) e contratar bons funcionários (capacitação profissional), os empresários relatam as estratégias para enfrentar a alta carga tributária (impostos): “Não tem o que ser feito, precisamos ser persistente e trabalhar mais para conseguir pagar” e “Realizar uma análise do regime tributário a fim de buscar outras formas com seu contador”.

Esta resposta está de acordo com o que diz Roveda (2016), ao afirmar que vários empreendedores acabam abdicando do próprio negócio devido à alta taxa de impostos e encargos. É preciso um contador de confiança para analisar as tendências do mercado e que saiba identificar o melhor momento para investir ou captar recursos. Os impostos variam de acordo com o ramo de atividade e até mesmo com o porte da empresa.

Quanto a estratégia para enfrentar o segundo maior desafio que é contratar bons funcionários (capacitação profissional), os empresários relatam como estratégia: “Investir em treinamentos”.

Dentre os respondentes, das respostas para a questão de identificar as estratégias, apenas 26 responderam de forma a contribuir com o estudo, os demais deram respostas evasivas ou que não apresentavam efetiva estratégia de enfrentamento dos desafios como, por exemplo. “Muita persistência”, “Ter paciência” e “Ser criativo e buscar alternativas”.

5 CONCLUSÃO

Diante do impulso que o empreendedorismo teve no país nos últimos anos, este estudo teve, como objetivo, identificar o perfil dos empreendedores no Vale do Taquari/RS, apurar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS e ainda identificar as estratégias para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.

Analisando o primeiro objetivo específico do estudo, que foi identificar o perfil dos empreendedores no Vale do Taquari/RS, constatou-se que a maioria dos entrevistados tem o ensino superior completo e pós-graduação (53,80%) e a maior parte dos respondentes são casados (50,00%). 43,60% são microempreendedores (ME) e 53,60% trabalha com comércio.

Com relação ao segundo objetivo, que foi apurar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS verificou-se que carga tributaria (impostos) (19,44%) e contratar bons funcionários (capacitação profissional) (18,98%) caminham lado a lado quando o assunto é dificuldade de empreender no Vale do Taquari/RS. Ter uma boa rentabilidade do negócio, captação de clientes, concorrência e ter preços competitivos também foram caracterizados como desafios de empreender no Vale do Taquari/RS.

O terceiro e último objetivo, que foi identificar as estratégias para enfrentar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS verificou-se que para enfrentar o principal desafio que é carga tributária (impostos) os empresários dizem que “Não tem o que ser feito, precisamos ser persistente e trabalhar mais para conseguir pagar” e “Realizar uma análise do regime tributário a fim de buscar outras formas com seu contador”. Sobre o segundo desafio de contratar bons funcionários (capacitação profissional), os empresários dizem que precisam “Investir em treinamentos”. Dentre esse último objetivo que foi identificar as estratégias,

apenas 26 responderam de forma a contribuir com o estudo, os demais deram respostas evasivas.

Assim, pode-se alcançar os objetivos deste estudo no sentido de mostrar os maiores desafios de empreender no Vale do Taquari/RS. Para estudos futuros, sugere-se uma análise dos desafios de empreender em diferentes segmentos de mercado.

REFERÊNCIAS

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson, 2007.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência:** filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Thomson, 2006.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Empreendedorismo e Armadilhas comportamentais**. São Paulo: Atlas, 2015.

BES, Fernando Trías de. **O Livro negro do empreendedor:** depois não diga que não foi avisado. Rio de Janeiro: Editora Best Seller Ltda, 2007.

BIRLEY, Sue; DANIEL, F. Muzyka. **Dominando os Desafios do empreendedor**. São Paulo: Pearson, 2005.

BÔAS, Bruno Villas. **Maioria das empresas fecham as portas após cinco anos, diz IBGE**. São Paulo, 04 out. 2017. Disponível em: <https://www.valor.com.br/brasil/5144808/maioria-das-empresas-fecha-portas-apos-cinco-anos-diz-ibge>. Acesso em: 01 out. 2018.

BOMTEMPO, Maurício S. **Análise dos fatores de influência na escolha do curso de graduação em administração:** um estudo sobre as relações de causalidade através da modelagem de equações estruturais. 2005. 142 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Centro Universitário Álvares Penteado – UniFecap, São Paulo, 2005. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/222373875/Analise-Dos-Fatores-de-Influencia-Na-Escolha-Pelo-Curso-de-Graduacao-Em-dministracao-Um-Estudo-Sobre-as-elacoes-de-Casualidade-Atraves-Da-Modelagem>. Acesso em: 17 ago. 2018.

CRUZ, Sueli da Silva. **Empreendedorismo:** identificando oportunidades. 2008. Disponível em: <https://marcoarbex.files.wordpress.com/2013/10/texto-para-aula_identificacao-de-oportunidades.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2018.

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

_____. **O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron Books, 1989.

DINO. 1 a cada 4 empresas fecha antes de completar 2 anos no mercado, segundo Sebrae. **Exame**. São Paulo, 15 ago. 2018. Disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-segundo-sebrae>. Acesso em: 10 set. 2018.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo:** como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 7.

_____. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

_____. SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios:** empreendedorismo para o século XXI. 2. ed. São Paulo: Elsevier, 2014.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (*entrepreneurship*):** práticas e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa cientifica**. Ceará: UEC, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HISAO, Geraldo. Quais os principais desafios do empreendedor brasileiro. In: **GGV-Consultoria empresarial**. [S.l.], 2017. Disponível em: <https://ggvconsultoria.com.br/desafios-para-o-empreendedor-brasileiro>. Acesso em: 04 set. 2018.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael; SHEPHERD, Dean. **Empreendedorismo**. 7. ed. São Paulo: Bookman, 2009. p. 9.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa em marketing:** uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

_____. **Pesquisa de marketing:** foco na decisão. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amarau, **Empreendedorismo**. São Paulo: Person, 2012.

MINELLO, Italo F.; BÜRGER, Rafaela E.; KRÜGER, Critiane. Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma

universidade brasileira. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 10, edição especial, p. 72-91, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/24894/pdf>. Acesso em: 02 set. 2018.

NUCCIO, Dony de; WOLLHEIM, Bob. **Nasce um empreendedor:** dicas, provocações e reflexões para quem quer começar um negócio próprio. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2016.

O INFORMATIVO DO VALE. **Comércio e serviços são setores que mais movimentam a economia**. Lajeado, jul. 2016. Disponível em: <https://www.informativo.com.br/tema-do-dia/comercio-e-servicos-sao-setores-que-mais-movimentam-a-economia,37265.jhtml>. Acesso em: 18 mar. 2019.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social:** métodos e técnicas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ROTTENBERG, Linda. **De empreendedor e louco todo mundo tem um pouco**. São Paulo: HSM editora, 2014.

ROVEDA, Vinicius. Dez razões para abrir seu próprio negócio. **Conta Azul**. [S.l.], 2016. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/10-razoes-para-abrir-seu-proprio-negocio/>. Acesso em: 08 out. 2018.

SCHNEIDER, E. I.; BRANCO, H. J. C. **A caminhada empreendedora:** a jornada de transformação de sonhos em realidade. Curitiba: Intersaberes, 2012.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA - SEBRAE. **Índice de cidades empreendedoras**. São Paulo, set. 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ICE%202015.pdf>. Acesso em: 08 out. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA - SEBRAE. **O perfil de um empreendedor de sucesso**. Mato Grosso, jul. 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/o-perfil-de-um-empreendedor-de sucesso,ebd39fe28a3a4610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 ago. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA - SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Mato Grosso, out. 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>. Acesso em: 21 set. 2018.

SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios:** empreendedorismo para o século XXI. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Elsevier, 2014.

TIDD, Joe; BESSANT, John. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VERGARA, Sylvia Helena Constant. **Impacto dos direitos dos consumidores nas práticas empresariais**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

_____ Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ANEXO

ANEXO A – Questionário

UNIVATES - Universidade do Vale do Taquari
Curso de Administração de Empresas
TCC II - Trabalho de Conclusão de Curso
Acadêmico: Maurício Henrique Deitos

Esta pesquisa está vinculada à realização de meu Trabalho de Conclusão de Curso de Administração, na Univates, e tem o objetivo de identificar os desafios de empreender no Vale do Taquari/RS. (As respostas individuais não serão divulgadas).

1. Idade:

( ) Entre 16 e 20 anos
( ) Entre 21 e 25 anos
( ) Entre 26 e 30 anos
( ) Entre 31 e 35 anos
( ) Entre 36 e 40 anos
( ) Entre 41 e 45 anos
( ) Entre 46 e 50 anos
( ) Entre 51 e 55 anos
( ) Entre 56 e 60 anos
( ) Mais de 60 anos

2. Sexo:

( ) Masculino
( ) Feminino

3. Estado Civil:

( ) Solteiro(a)
( ) Casado(a)
( ) Separado(a)/divorciado(a)
( ) Viúvo(a)
( ) União Estável

4. Escolaridade:

( ) Ensino Fundamental Incompleto
( ) Ensino Fundamental Completo
( ) Ensino Médio Incompleto
( ) Ensino Médio Completo
( ) Ensino Superior Incompleto
( ) Ensino Superior Completo
( ) Pós-Graduação
( ) Mestrado
( ) Doutorado
( ) Outro. Qual_____

5. Há quanto tempo tem o negócio próprio:

( ) Menos de 1 ano
( ) Entre 1 e 5 anos
( ) Entre 6 e 10 anos
( ) Entre 11 e 15 anos
( ) Entre 16 e 20 anos
( ) Entre 21 e 25 anos
( ) Entre 26 e 30 anos
( ) Entre 31 e 35 anos
( ) Entre 36 e 40 anos
( ) Entre 41 e 45 anos
( ) Entre 46 e 50 anos
( ) Mais de 50 anos

6. Possui mais de um negócio próprio:

( ) Sim
( ) Não

7. Faixa de faturamento anual dos negócios:

( ) Até R$ 81.000,00
( ) Entre R$ 81.000,01 e 360.000,00
( ) Entre R$ 360.000,01 e 4.800.000,00
( ) Entre R$ 4.800.000,01 e 300.000.000,00
( ) Mais de R$ 300.000.000,00

8. Setor de atividade:

( ) Indústria ( ) Comércio
( ) Serviço

9. Quais você acredita serem os maiores desafios de ser empreendedor no Vale do Taquari/RS em 2019? (Pode assinalar até três opções):

( ) Obtenção de crédito
( ) Concorrência
( ) Carga tributária (Impostos)
( ) Burocracia
( ) Logística
( ) Tempo necessário para abrir um negócio
( ) Definir o ramo de atuação
( ) Obter licenças e alvarás
( ) Encontrar um bom ponto comercial
( ) Contratar bons funcionários (Capacitação profissional)
( ) Ter recursos financeiros disponíveis
( ) Ter uma boa rentabilidade do negócio
( ) Inadimplência
( ) Custo da mão-de-obra
( ) Crise econômica
( ) Trabalhar muitas horas (24x7)
( ) Ter fornecedores adequados
( ) Inovação do negócio
( ) Captação de clientes
( ) Ter preços competitivos
( ) Questões ambientais
( ) Outra. Qual_____

10. Baseado no(s) desafios(s) assinalada(s) acima, descreva qual a estratégia utilizada para enfrentar cada desafio.

1º Desafio:

R:_____

2º Desafio:

R:_____

3º Desafio:

R:_____

11. Se desejar receber a análise dos dados globalizados, por favor informe o e-mail de conato: _____

UNIVATES

R. Avelino Talini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil
CEP 95914.014 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000
www.univates.br | 0800 7 07 08 09