

**ÁREA TEMÁTICA
EMPSI EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO**

**FATORES DIFICULTADORES À VIABILIDADE DOS MICRO
EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS - MEI: ESTUDO DE CASO DA L&M MOTOS**

Resumo

O presente trabalho objetiva analisar os fatores dificultadores do empreendimento L&M Motos, localizado na Região Metropolitana de Belém, estado do Pará. O foco da pesquisa é identificar e descrever quais fatores explicam a dificuldade para o desenvolvimento sustentável do negócio, planejamento e implantação de um modelo de negócio adequado para o nicho de mercado. Quanto à metodologia, utilizou-se abordagem qualitativa, com adoção de estudo de caso. Para a coleta de dados, utilizou-se entrevista semiestruturada aplicada ao proprietário do empreendimento. Constatou-se que mesmo com uma formação na área de gestão, o empreendedor vem tendo dificuldades em implantar ferramentas para viabilizar a administração do negócio, tais como, a falta de recursos financeiros que implica no desenvolvimento, limitando a estruturação do negócio, contratação de mais profissionais para delegar funções, o que acarreta em uma sobrecarga profissional. A fim de contribuir para a otimização da gestão do empreendimento, sugere-se que o empreendedor busque alternativas de financiamento através de políticas públicas, assim como antecipe seus planos de qualificação empreendedora, além de adotar a ferramenta Business Model Canvas e aplicar a análise SWOT para gerir de forma mais eficiente seu negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Modelo de Negócio; Fatores Inibidores; Fatores Motivadores; Financiamento.

Abstract

The present work aims to analyze the hindering factors of the L&M Motos enterprise, located in the Metropolitan Region of Belém, state of Pará. The focus of the research is to identify and describe which factors explain the difficulty for the sustainable development of the business, planning and implementation of a business model suitable for the market niche. As for the methodology, a qualitative approach was used, with the adoption of a case study. For data collection, a semi-structured interview applied to the owner of the enterprise was used. It was found that even with training in the management area, the entrepreneur has been having difficulties in implementing tools to enable the administration of the business, such as the lack of financial resources that implies the development, limiting the structuring of the business, hiring more professionals to delegate functions, which leads to a professional overload. In order to contribute to the optimization of the management of the enterprise, it is suggested that the entrepreneur seek financing alternatives through public policies, as well as anticipate their entrepreneurial qualification plans, in addition to adopting the Business Model Canvas tool and applying the SWOT analysis to manage your business more efficiently.

Keywords: Entrepreneurship; Business Model; Inhibiting Factors; Motivating Factors; Financing.

1 Introdução

A ideia difundida pelo senso comum é que no empreendedorismo, quanto mais caótico é o ambiente, melhores são as oportunidades para empreender, pois é neste cenário que surgem os inovadores, os criadores, os empreendedores acima da média. Entretanto, este mesmo ambiente costumeiramente torna-se local onde muitos sonhos nascem e morrem em uma velocidade assustadora, aja vista, que a maioria das pessoas não estão preparadas para as adversidades do mundo dos negócios.

O empreendedor deve possuir uma visão apurada do mundo para enxergar os problemas e as oportunidades que são criadas através deles, e com isso criar um negócio onde possa solucionar problemas e gerar renda e desenvolvimento social, assumindo riscos calculados (DORNELAS, 2008). Drucker (1998) não enxerga o empreendedor como o causador da mudança, e sim como alguém que explora as oportunidades que as mudanças criam. Para ele, o sucesso de um negócio não é algo permanente já que as organizações são criações humanas, portanto suscetíveis a falhas, porém declara que as organizações são criadas para irem além da vida de seus idealizadores.

De acordo com a pesquisa realizada pelo Sebrae, 3 a cada 10 micro empreendedores individuais encerram sua atividade em até 5 anos após sua abertura, fazendo com que esse porte de empresa tenha a maior taxa de mortalidade entre as micro e pequenas empresas, atingindo um percentual de 29%, seguido pelas microempresas 21,6% e empresas de pequeno porte 17% (Pesquisa de sobrevivência de empresas Sebrae, 2020).

Assim, o objetivo do presente estudo é identificar quais fatores dificultam a viabilidade do empreendimento “L & M Motos” na região metropolitana de Belém, estado do Pará, seguindo dos seguintes objetivos específicos: a) descrever o perfil do empreendimento e do empreendedor da “L & M Motos”; b) definir a qualificação do empreendedor à viabilidade do empreendimento; e c) determinar os fatores dificultadores a viabilidade do modelo de negócios do empreendimento.

2 Referencial teórico

2.1 Empreendedorismo e o Empreendedor

As diferenças a respeito da definição do empreendedorismo se dão porque os pesquisadores tendem a usar premissas de suas próprias disciplinas, a exemplo dos economistas que associam o empreendedor a inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativo e intuitivo (FILION,1999) diz que a. O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade para criar um novo negócio e capitalizar sobre o negócio, assumindo altos riscos (Dornelas, 2008)

Segundo Dolabella (2006), o empreendedor é um insatisfeito que busca transformar seu inconformismo em descobertas e escolhas positivas para si mesmo e para os demais ao seu redor. É alguém que escolhe seguir caminhos não cursados, que define a partir do indefinido, confia nas suas ações e que podem gerar consequências positivas

2.2 Tipos de Empreendedor

Todo estudo direcionado ao empreendedorismo e as pequenas empresas na maioria das vezes irá descrever os diferentes tipos de empreendedor. Levando em

consideração quatro regras sistêmicas básicas: inter-relações; informação; hierarquia e controle, Fillion (1999) identifica seis tipos de empreendedores:

- **LENHADOR:** valoriza o trabalho duro; por trabalhar em excesso sempre acha que seus contratados não produzem o necessário. A cultura organizacional é orientada para a produção.
- **SEDUTOR:** são intensos no envolvimento com seu negócio, porém o seu entusiasmo não dura. Possui boa capacidade de criar, recuperar e desenvolver negócios através de seu networking, entretanto se as coisas não tiverem em constante movimento acabam por perder o interesse.
- **JOGADORES:** veem no empreendimento oportunidades de ter um suporte financeiro para que possam fazer o que gostam. Se dedicam ao empreendimento de forma intensa, mas o seu comprometimento fica limitado apenas ao lucro.
- **HOBBYSTA:** possui um emprego em posição de baixa complexidade e dedica seu tempo livre e energia a um negócio. Por ter essa jornada dupla, o desenvolvimento de seu negócio fica comprometido.
- **CONVERTIDO:** aquele que achou o que procurava a anos, a grande ideia, o negócio que irá mudar o mundo na sua perspectiva. Tem dificuldade em delegar tarefas por ser centralizador. Criadores e inventores estão classificados nessa categoria.
- **MISSIONARIO:** apaixonado pelo seu negócio, é especialista em sua área de atuação e em seus produtos. Lançou seu empreendimento sozinho, ou comprou alguma empresa e fez modificações substanciais.

2.3 Micro e Pequenas Empresas

A lei complementar 123/2006 – (CF 1988) criou o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte ou simplesmente Lei Geral e prevê tratamento diferenciado e favorecido as micro e pequenas empresas e tem como objetivo principal contribuir para o desenvolvimento e a competitividade das microempresas e empresas de pequeno porte brasileiras como estratégia de geração de empregos, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia (SEBRAE 2021).

As Micro e pequenas empresas recebem a seguinte classificação (SEBRAE, 2022):

- **Microempresa (ME):** sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário. O faturamento é igual ou inferior a R\$ 360.000,00.
- **Empresa de pequeno porte (EPP):** não perderá o seu enquadramento se obter adicionais de receitas de exportação, até o limite de R\$4.800.000,00. O faturamento é superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00.
- **Microempreendedor individual (MEI):** é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional. O microempreendedor pode possuir um único empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa. O faturamento é igual ou inferior a R\$ 81.000

Segundo pesquisa do SEBRAE, 99% das empresas ativas no Brasil são micro e pequenas empresas, um total de 18,3 milhões, que englobam MEI, ME e EPP. Desses, 11 milhões são MEI, gerando 70% dos empregos formais no país em 2021

(SEBRAE 2020), sendo assim uma força do PIB brasileiro, porém ainda há fatores que inibem o progresso e desenvolvimento destas empresas.

2.4 Fatores Motivadores Ao Empreendedorismo

A motivação do comportamento empreendedor para a abertura de novos negócios, de acordo com o relatório GEM (2009), possui duas forças propulsoras: a oportunidade e a necessidade. Por oportunidade, ocorre quando se investe em um novo negócio, a fim de aproveitar as circunstâncias no mercado; já o empreendedorismo por necessidade é consequência da falta de alternativas satisfatórias de trabalho e renda.

Segundo Leite (2012), o motivo que estimula o indivíduo a empreender é a realização pessoal, e não tem muita influência dos ganhos monetários. Cunha e Barbosa (1996) ressaltam os sentimentos de ambiguidade e de incerteza como fortes barreiras de caráter pessoal que interferem negativamente no surgimento do negócio.

A pesquisa GEM BRASIL (2016) apresenta os principais fatores para empreender no Brasil sob a ótica do empreendedor. Dentre os principais aspectos motivadores pode-se citar: acesso a recursos financeiros (capital), a formação e a capacitação da mão de obra, e os programas de orientação para criar e manter um negócio.

A soma de fatores externos, ambientais, sociais e aptidões pessoais, ou eles de forma isolada podem levar o sujeito a tomar a decisão de começar ou desenvolver um negócio (DORNELLAS, 2008)

2.5 Mercado de Motocicletas

Um mercado aquecido e cheio de oportunidades foi o que se viu no decorrer dos anos quando o assunto é motocicletas, um crescimento contínuo na produção, venda e popularização desse meio de transporte. De acordo com a Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e similares – FENABRAVE, a frota nacional quase dobrou sua quantidade em 2019. Neste mesmo ano, foram emplacados no Brasil 1 077 553 motocicletas, alta de 14,6% em relação a 2018 (FENABRAVE, 2019).

Seja para passeio, como meio de locomoção, seja como uma ferramenta de trabalho para adquirir uma renda, a motocicleta ganhou espaço e caiu no gosto popular. Outro exemplo que pode ser citado é a utilização da motocicleta como ferramenta de trabalho, como é visto no caso dos entregadores de encomendas, moto-taxistas etc.

2.5 Fatores Inibidores ao Desenvolvimento das MEI

As principais razões de mortalidade das micro e pequenas empresas nos primeiros anos de existência são, a falta de políticas públicas que viabilizem e consolidem novos empreendimentos, a falta de financiamento, as elevadas cargas tributárias e a burocracia (MAXIMIANO, 2006).

Inúmeros são os motivos que fazem com que as empresas em geral não tenham um desenvolvimento sustentável e até mesmo chegar à falência. Mas para este estudo foi selecionado três fatores, que postulam lugares de lideranças na lista de fatores inibidores segundo pesquisa realizada pelo GEM 2016: Qualificação do Empreendedor, Acesso ao Capital e Crédito e Modelo de Negócios.

Dornelas (2008) faz uma grande observação sobre o empreendedor de sucesso ser um exímio conhecedor do mercado em que atua, ele obtém conhecimento sobre sua área de atuação advindo de sua experiência acumulada. O entusiasmo do empreendedor pela sua ideia é um dos principais motivadores nos primórdios de um empreendimento, mas no longo prazo, um dos fatores decisivos para a manutenção de uma empresa é a qualificação do empreendedor e de sua equipe, permitindo que a empresa alcance autonomia e prosperidade (DORNELAS, 2017).

Em 2010, apenas 9% da população adulta brasileira recebeu treinamento de como dar início a um negócio, essa taxa se reflete entre as piores do mundo (GEM, 2013). Para Dolabella (2006), as empresas necessitam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia e conhecimento, também conheçam o negócio, e saibam escutar e atender as necessidades dos clientes, e assim identificar oportunidades, buscando gerenciar da melhor forma os recursos para viabilizá-los.

Há alguns aspectos que precisam ser considerados quando se trata das qualificações de um empreendedor, caso não haja tais qualificações o empreendedor pode colocar em risco o sucesso do seu negócio. O primeiro aspecto envolve a falta de visão de negócios, pois a capacidade de perceber oportunidades que os outros não conseguem enxergar é uma habilidade essencial para se engajar e, através dessa forma de enxergar a realidade, surgem diversas formas de negócios. Porém, a falta de visão do empreendedor pode levar a uma percepção equivocada da oportunidade e a uma falta de foco na oportunidade. Além de perder o foco nas metas do programa, como a própria sustentabilidade da empresa (SILVA, 2013).

Outro aspecto que pode ser citado é a experiência. A experiência adquirida em outros negócios é valiosa, mesmo que o empreendedor tenha fracassado. A experiência de um empreendimento anterior, assim como a experiência adquirida ao trabalhar para terceiros antes de iniciar seu próprio empreendimento, são fatores que tornam a tomada de decisão do empreendedor mais rápida e qualificada (FLAMHOLTZ; RANDLE, 2012).

Segundo Pereira & Souza (2016), é através do conhecimento de técnicas de gestão, de conhecimento do mercado e do seu próprio negócio que os empreendedores podem prevenir falhas que seriam claras para quem já tem um preparo e a capacitação para lidar com as turbulências que o mercado apresenta.

No ano de 2015, 52 milhões de brasileiros com idades entre 18 e 64 anos se envolveram na criação ou no desenvolvimento de algum empreendimento de negócios. Isso significa 40% da população nessa faixa etária e constitui um número expressivo, porém, acompanhando este dado, temos também o indicador de que cerca de 25% das pequenas e médias empresas brasileiras encerram suas atividades em até um ano, chegando este índice de encerramento a 50% nos primeiros quatro anos, sinalizando a falta de qualificação dos empreendedores (ARRUDA et al, 2019).

Todo empreendimento necessita de capital para iniciar e desenvolver suas operações. O montante necessário varia conforme a fase do negócio e de sua natureza, porém, muitas vezes existem dificuldades na obtenção de financiamento, seja na fase inicial quanto nas demais fases (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Há várias fontes de financiamento, cada uma envolvendo diversos aspectos que o empreendedor precisa considerar, como: qual é o montante adequado de capital para investir, qual o prazo em que os recursos serão liberados, quais são os custos associados com a aquisição e se envolve perda de controle da empresa. O financiamento pode ser por meio de empréstimos (o empresário assume a dívida) ou de capital próprio (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Nas fases iniciais de um negócio, o tipo de financiamento mais comum é o empresário utilizar suas finanças pessoais, em outros casos, os empresários recorrem a empréstimos de familiares e amigos. Esta forma de financiamento baseia-se na amizade e na confiança do que no plano de negócios. No entanto, tais empréstimos podem causar problemas pessoais e familiares para o empreendedor caso o empreendedor não cumpra seus compromissos (DORNELAS, 2008)

Buscando diminuir esta distância entre o pequeno empreendedor e o financiamento necessário ao desenvolvimento de suas operações, o governo federal sancionou em 24 de abril de 2019 a Lei Complementar n° 167/2019 que instituiu a Empresa Simples de Crédito. O objetivo da lei é beneficiar os pequenos negócios através da facilitação da concessão de crédito para microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte.

A iniciativa da Lei Complementar n° 167/2019 possibilita que pequenos empresários emprestem a outros pequenos empresários sem todas as formalidades do sistema financeiro, procurando cobrir esta lacuna de falta de financiamento. A atuação da Empresa Simples de Crédito está, de acordo com o art. 1º da Lei, restrita ao município de sua sede e aos municípios limítrofes, demonstrando mais uma vez a intenção de manter o foco nos pequenos negócios locais (IBELLI, 2019).

Dornelas (2008) ressalta que o Brasil não é um exemplo de como financiar uma pequena empresa, pois não existem políticas públicas claras que apoiem o empreendedor. São duas as opções de financiamento disponíveis para as empresas: a partir de dívidas, que são fornecidos em troca de garantias, e por equidade que é conseguir financiamento em troca de ceder participação na empresa ao financiado. Não existe opção certa, e que o empreendedor deve buscar o máximo de informações a respeito das entidades financiadoras e suas condições e analisar qual é a mais viável para o modelo e estágio de seu negócio.

Segundo Solomon (1989), a administração da pequena empresa em si é essencialmente pessoal, quanto menor é o negócio, mais informal são as ações relacionadas ao setor financeiro e pessoal. Para Drucker (1986), as falhas dos pequenos negócios para obter crédito, estão relacionadas ao setor financeiro, como sistemas primitivos ou inexistentes de controle e de custo, ausência de planejamento da área financeira, com técnicas antiquadas.

A obtenção de financiamento é uma questão essencial para qualquer empreendedor, sendo uma condição que vai segui-lo por toda a vida do negócio. Cabe ao empreendedor adquirir a habilidade e o conhecimento necessário para obter e gerir os recursos do empreendimento.

Popularizado no Brasil na década de 1990 com foco em captação de recursos financeiros, o *business plan* ou plano de negócios vai além disso, se tornou para os empreendedores de sucesso uma ferramenta essencial de gestão auxiliando desde o planejamento das estratégias até os planos de ação/execução. (Dornellas 2008)

Mintzberg (2004) sugere que empresas tradicionais baseiam-se em planos estratégicos de longo prazo, com metas bem definidas e com uso de ferramentas como a análise SWOT para identificação de seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades.

3 Metodologia

A pesquisa é um procedimento formal, com método reflexivo de pensamento, onde é indispensável o tratamento científico que permite descobrir novos fatos, conexões ou leis, possibilitando conhecer a realidade ou o descobrimento de verdades parciais (LAKATOS; MARCONI, 2003).

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, pois seus objetivos são descrever as características de um fenômeno em questão (GIL, 2020). Através disso, a pesquisa descritiva é capaz de proporcionar a relação de variáveis e servir como base para a explicação do fenômeno que descreve (VERGARA, 2016).

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa, que se caracteriza por investigar o fenômeno que pode ser entendido no contexto onde ocorre ou no qual faz parte, sendo assim analisado integralmente (GODOY, 1995). Para obter o esclarecimento do fenômeno, o pesquisador vai a campo captar o fenômeno a partir da visão do ponto de vista das pessoas envolvidas, sendo considerado os pontos de vista relevantes.

O procedimento realizado foi o estudo de campo, que tem como características a observação das atividades de um determinado grupo, objeto de estudo, com o intuito de entender os fenômenos. Através do trabalho em campo deve-se obter as informações consideradas relevantes para o estudo, podendo realizar técnicas como entrevista, observação, análise documental e medidas estatísticas (GIL, 2002).

Segundo Yin (2001), “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real baseando-se em fontes diversas dentro de seu contexto da vida real”.

O método de coleta de dados escolhido foi a entrevista semiestruturada, onde o entrevistador realiza questionamentos a partir de premissas básicas, que foram previamente estabelecidas, o que não impede que o entrevistado e entrevistador sejam flexíveis caso surjam novos questionamentos (VERGARA, 2009). Para a realização da coleta de dados se optou pela entrevista semiestruturada, aplicada ao gestor do empreendimento “L&M Motos”.

O conceito de entrevista diz respeito ao mecanismo de coleta de dados que se dá por meio de alguém que na função de entrevistador realiza questionamentos a outra pessoa, que se coloca na condição de entrevistado e as responde de forma oral (VERGARA, 2009). Como instrumento de coleta de dados, a entrevista tem por objetivo averiguar os fatos, determinar opiniões e sentimentos, descobrir planos de ação, conhecer a conduta atual ou passada, assim como descobrir os fatores que podem influenciar estas opiniões, sentimentos e condutas (LAKATOS, 2003).

Após a manipulação dos dados e obtenção dos resultados, passamos à etapa de análise e interpretação. Esta fase corresponde ao propósito central da pesquisa (LAKATOS, 2003). A análise dos dados por parte do pesquisador só é possível após a transformação dos dados coletados em resultados de pesquisa. Essa transformação se dá através da utilização de procedimentos que visam a sistematização e categorização destes dados. Com este objetivo, utilizou-se a análise de conteúdo como técnica de apuração dos dados (CAPELLE, MELO E GONÇALVES, 2003). Para Bardin (2011), a análise de conteúdo designa um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção através da coleta de dados. Na fase de interpretação dos dados, cabe ao pesquisador retornar ao referencial teórico em busca do embasamento necessário às análises, validando a interpretação obtida (BARDIN, 2011).

4 Resultados

4.1 Descrição do Perfil do Empreendimento e do Empreendedor

O empreendimento L&M motos comercializa peças e serviços destinados aos motociclistas da região metropolitana de Belém, estado do Pará. O empreendedor possui mais de 2 anos de atividade, com início em janeiro de 2020, o que o caracteriza como empreendedor inicial, conforme classificação do GEM (2019). Empreendedores iniciais são aqueles que estão envolvidos em um negócio com até 42 meses de existência (3,5 anos).

Vale ressaltar que, segundo o GEM (2019), ele se enquadra na subclassificação de empreendedores novos, que leva em consideração se no decorrer deste período houve remuneração, e o empreendedor afirmou que desde o princípio já pagava o seu pró-labore.

O empreendimento classifica-se como Comércio e varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas. Trata-se de uma oficina mecânica de motocicletas e venda de peças e acessórios. O negócio é formalizado junto ao Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e opera na condição de MEI (micro empreendedor individual) com faturamento anual dentro da margem limite de R\$ 81.000,00 e cumpre com suas responsabilidades fiscais.

O MEI é aquele que trabalha por conta própria, tem registro de pequeno empresário e exerce umas das mais de 460 modalidades de serviços, comércio ou indústria. A figura do MEI surgiu em 2008 com a Lei nº128, a fim de formalizar trabalhadores brasileiros que desempenhavam diversas atividades sem nenhum amparo legal ou segurança jurídica. O empreendimento se enquadra na maioria das empresas ativas no Brasil que são micro ou pequenas (SEBRAE 2022).

Quanto ao número de colaboradores, o empreendimento atua com 3 pessoas, sendo 2 mecânicos na condição de prestadores de serviços por demanda diária, e o próprio empreendedor que desempenha diversas funções, desde recepcionar os clientes até a gestão do empreendimento. Fillion (1999) classifica este tipo de empreendedor como lenhador, já que ele mesmo executa diversas funções diferentes dentro de sua empresa valorizando o trabalho duro. A administração da pequena empresa em si é essencialmente pessoal, quanto menor é o negócio, mais informal são as ações relacionadas ao setor financeiro e pessoal (SOLOMON, 1989).

O empreendedor é do sexo masculino, tem 28 anos de idade, dados que confirmam informações do relatório GEM (2019), onde essa faixa etária tem a segunda maior taxa de empreendedorismo inicial. A motivação para empreender partiu de dois fatores: a falta de oportunidade de emprego satisfatório e a oportunidade de negócio em um crescente nicho de mercado na região que é o comércio de peças para motocicletas. Fato que corrobora com estudo do GEM (2019) que diz que o empreendedor tem mais de uma motivação na criação de seu negócio.

Questionado sobre qual o cenário profissional considera ideal, o entrevistado respondeu que é ser dono do próprio negócio e nele encontrar o caminho para sua realização profissional, o que confronta o relatório da pesquisa GEM Brasil (2019) que classifica esses fatores como motivadores a abertura de novos negócios e que salienta que os empreendedores possuem mais de uma motivação em especial.

Perguntado se exerce outra atividade paralela a gestão da sua empresa, respondeu que não, dedica-se exclusivamente ao próprio negócio e chega a trabalhar mais de 10 horas por dia, confirmando o perfil lenhador (FILLION 1999).

4.2 Qualificação do Empreendedor

O empreendedor possui formação acadêmica em administração, porém ele revelou que não aplicou o que aprendeu antes de iniciar as atividades, e tem dificuldades na gestão do negócio. Quando questionado sobre o conhecimento de alguma instituição que oferece cursos de gestão para auxiliar na administração de seu negócio, informou que conhece o SEBRAE, mas ainda não buscou o que ele oferece alegando falta de tempo, e assim persiste na implantação de um modelo de negócios.

O entusiasmo do empreendedor diante da oportunidade é um dos principais motivadores no início de um empreendimento, mas no longo prazo, um dos fatores decisivos para a manutenção de uma empresa é a qualificação do empreendedor e de sua equipe, permitindo que a empresa seja bem sucedida (DORNELAS, 2017).

O empreendedor iniciou o seu negócio com pouquíssimo conhecimento no nicho de mercado, o que é justificado por Silva (2013) que afirma que a inexperiência dos empreendedores é considerada como falta de valores e cultura empreendedora e leva ao fracasso do empreendimento.

4.3 Dificuldade de Acesso ao Crédito no Empreendimento

O entrevistado foi perguntado se considera a dificuldade de acesso ao crédito uma barreira a abertura e ao desenvolvimento do empreendimento, e respondeu positivamente afirmando como um dos seus principais problemas. Corroborando com a afirmação de Hisrich et al., (2014) que diz que existe uma dificuldade de obter financiamentos em todas as fases do empreendimento e é um fator decisivo para a sobrevivência do negócio.

O recurso financeiro para a abertura da empresa foi capital próprio, corroborando com Dornelas (2008) que confirma que nas fases iniciais as formas mais comuns de financiamento são as reservas pessoais.

Perguntado se após o início de suas atividades procurou outras alternativas de financiamento, e a resposta foi positiva, entretanto sem êxito pois nas palavras do entrevistado “os bancos querem muitas garantias e que tenha anos de conta corrente aberta para poder oferecer alguma coisa, aí desisti.”

O empreendedor relata a dificuldade financeira o atrapalha na hora de desenvolver seu negócio, pois mais recursos possibilitaria a aquisição de produtos com maior poder de barganha com fornecedores, comprar ferramentas e maquinário que otimizariam a manutenção das motocicletas e qualidade nos serviços, além da contratação de mais profissionais com o intuito de dividir as tarefas

. Dornelas (2008) ressalta que o Brasil não é um exemplo de como financiar uma pequena empresa, o que se dá pelo fato de não existirem políticas públicas claras que apoiem o empreendedor. O empreendedor deve buscar o máximo de informações a respeito das entidades financiadoras e suas condições, e analisar qual é a mais viável para o modelo e estágio de seu negócio.

4.4 Fatores Dificultadores a Viabilidade do Modelo de Negócio do Empreendimento

O entrevistado foi indagado sobre o conhecimento de alguma teoria de modelagem de negócios, e o mesmo respondeu que possui conhecimento básico sobre o plano de negócios e o Modelo Canvas, entretanto não os aplica em seu empreendimento. Dornellas (2008) afirma que a base para empresas tradicionais são

planos de negócios e neles estão contidos o planejamento estratégico de médio e longo prazo.

Mintzberg (2004) sugere que empresas tradicionais se baseiam em planos estratégicos de longo prazo, com metas bem definidas e com uso de ferramentas como a análise SWOT para identificação de seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades.

Questionado sobre a realização de alguma pesquisa de mercado antes de iniciar o seu empreendimento, ele respondeu que não. Sobre manter contato frequente com os clientes a fim de conhecer a percepção que eles têm de seus produtos e serviços, o empreendedor afirmou que sim e inclusive utiliza como parâmetro para tomadas de decisões. Essas organizações devem ter bem definidos quais os seguimentos de clientes que pretendem atender, conhecer suas necessidades e atuar para criar produtos e/ou serviços visando atender suas necessidades e assim desenvolver um modelo de negócio viável (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

5 Considerações Finais

A pesquisa obteve dados importantes sobre o empreendedorismo, conceitos, motivações e importância para a economia. Os MEI enfrentam dificuldades para desenvolver suas empresas de forma sustentável e lucrativa, e por esse motivo, as taxas de encerramento dessas empresas são muito altas.

Há necessidade que os empreendedores resolvam problemas de qualificação nas áreas de administração, finanças, planejamento estratégico e marketing, além da necessidade de encontrar o modelo de negócio sustentável que garanta a longevidade do empreendimento. Outro fator inibidor que o próprio empreendedor classificou como principal foi a dificuldade de obter crédito tanto no início das atividades quanto em outras fases do negócio.

Assim, constatou-se que o perfil do empreendedor é limitado a multitarefas diárias e não pratica conceitos básicos de gestão que seriam importantes para o crescimento do empreendimento. A falta de um modelo de negócio definido é justificada pela falta de recursos financeiros, segundo o entrevistado.

Oportunamente sugere-se que o empreendedor coloque em prática os conhecimentos adquiridos em sua formação, e que procure instituições que ofereçam dicas e ferramentas de gestão para auxiliar neste processo, a exemplo do SEBRAE. Outra sugestão é que procure fontes de créditos disponibilizadas nas esferas municipais e estaduais.

A presente pesquisa encontra limitações quanto à sua modalidade, tendo em vista que o estudo de caso único dificulta a generalização dos resultados. No entanto, a presente pesquisa pode servir de base para estudos que busquem explorar o mesmo tema, assim como auxiliar na elaboração de futuras pesquisas que tratem de outros fatores inibidores de micro empresas. Sugerimos como possível tema de pesquisa futura uma ênfase em políticas públicas como fator motivador e inibidor ao empreendedorismo na região metropolitana de Belém.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Carlos; NOGUEIRA, Vanessa; COZZI, Afonso; COSTA, Vinícius. Causa da mortalidade das startups brasileiras: o que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no Mercado. Fundação Dom Cabral – FDC, 2019.

ASKIM, M. K.; FEINBERG, R. A. Building Theory: The Relationship between Attribution Theory and the Perceived Outcomes of Entrepreneurial Venture Failure. 2001.

CUNHA, N.R.S; BARBOSA, T.R.C.G. Alguns fatores intervenientes no processo de ‘entrepreneurship’: um estudo na microrregião da Zona da Mata de Viçosa-MG. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 20, 1996, Angra dos Reis. Anais... Angra dos Reis: ANPAD, 1996.

DOLABELLA, F. O segredo de Luísa. 30. ed. rev. e atual. Editora de Cultura. São Paulo 2006.
DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. Introdução à Administração. São Paulo: Pioneira, 1984.

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira.1986.

DRUCKER, Peter F. A profissão do administrador. São Paulo: Pioneira, 1998.

FENABRAVE (2019). Disponível em: < <http://www.fenabrave.org.br/portaltv2/Noticia/17389> > Acessado em: 15/06/2022

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. RAUSP Management Journal, 1999.

FLAMHOLTZ, E.G.; RANDLE, Y. Growing Pains: Transitioning from an Entrepreneurship to a Professionally Managed Firm. 4ª ed. New York: JosseyBass; 2007.

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GEM 2009 – Global Entrepreneurship Monitor 2009. Empreendedorismo no Brasil 2009, Curitiba: IBPQ, 2010.

GEM 2013 – Global Entrepreneurship Monitor 2013. Empreendedorismo no Brasil: 2013 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Mariano Macedo Matos... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2013.

GEM 2016 – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2016\Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores – Curitiba: IBPQ, 2017.

GEM 2019 – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.
HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D.A. Empreendedorismo. 9ª ed. Porto Alegre.
McGraw Hill Education, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina Andrade. Fundamentos da metodologia científica.
5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital.
São Paulo: Atlas, 2004.

PEREIRA. M. C. R; SOUSA. A.P. Capacitação de empreendedores: uma forma de evitar a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas. In: SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2016. Anais... SEGet: 2016.

SEBRAE. Financiamento dos pequenos negócios. 2016. Disponível em:<
[www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/0840ef9d054d15adc34bd614dc2826cd/\\$File/7452.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/0840ef9d054d15adc34bd614dc2826cd/$File/7452.pdf)>. Acessado em:24/05/2022.

SEBRAE. Agência Sebrae de Notícias. Disponível em:
<<https://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Indicadores/Pequeno%20Neg%C3%B3cio%20no%20Brasil%20-2021.pdf>> Acessado em: 13/05/2022

SILVA, A. M. Fatores que contribuem para o insucesso das startups: o reverso da medalha.
UMinho: Tese de doutorado, 2013.

VERGARA, S. C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 16ª ed. São Paulo:
Atlas, 2016.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4ª ed. Porto Alegre, Bookman, 2010.