

EMPREENDEDORISMO POR ESCOLHA OU NECESSIDADE: O DESEMPREGO ALAVANCA O SURGIMENTO DE MICROEMPRESAS

AUTORES

SIGNORINI Ana Rita de Aguiar

SILVA Fernanda Neves da

Discentes da União das Faculdades dos Grandes Lagos – UNILAGO

PADILHA Fausto Rangel Castilho

FONSECA Bruna Grassetti

Docente da União das Faculdades dos Grandes Lagos – UNILAGO

RESUMO

No mundo dos negócios, a utilização do plano de negócio é visto como a principal ferramenta de auxílio nas práticas administrativas iniciais do meio empresarial, através dele o novo empreendedor pode dar forma ao seu projeto e construir uma empresa mais sólida no mercado, tendo em mente que o planejamento é fundamental para sua sobrevivência. Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo identificar as causas do aumento da taxa de mortalidade das pequenas empresas em um curto período, destacando a importância de ter um plano de negócio. Ao iniciar uma empresa, o empreendedor, muitas vezes despreparado, busca o caminho mais conveniente, ao invés de utilizar as ferramentas necessárias para que dessa forma, não haja incertezas e sim fatos concretos, premeditando possíveis erros. Contudo, com base nos estudos, pode-se notar que um plano de negócio bem elaborado com informações coerentes, utilizado como material de apoio para as tomadas de decisões, gera resultados positivos, retardando a mortalidade das pequenas empresas e criando um ambiente mais estável perante ao mercado atual.

PALAVRAS - CHAVE

Plano de Negócios; Empreendedorismo; Planejamento.

1. INTRODUÇÃO

A população brasileira vem enfrentando atualmente um aumento da taxa de desemprego e como consequência a dificuldade de se recolocar no mercado de trabalho, de acordo com o IBGE (2019), essa taxa atingiu 12,7% milhões de trabalhadores. Torna-se cada vez mais comum a necessidade de se obter uma renda com recursos próprios. Segundo Pamplona (2001), a solução para os problemas do mercado de trabalho tem sido o auto emprego.

Sendo assim, a responsabilidade de se ter um negócio nem sempre acaba tendo a atenção devida e o fator de maior relevância acaba sendo em torno do capital investido. Os indicadores demonstram uma tendência na qual o emprego tradicional vem sendo gradativamente substituído por outras formas de vínculo, o capital e o trabalho, surgindo como resultado desse movimento, novas empresas, ocorrendo de maneira rápida no Brasil (FERREIRA et al, 2012).

Neste contexto, a falta de informação e preparação acabam afetando diretamente todo o possível controle desse novo negócio. Tudo deve começar com uma análise profunda do ramo que se deve atuar, acompanhado da elaboração de um plano de negócios, para minimização de erros e perdas. De acordo com o SEBRAE (2019), o plano de negócios é uma ferramenta ideal para fazer um benchmarking do mercado, dos produtos e das características do empreendedor, através do mesmo você terá dados do seu ramo e principalmente *touch point* do negócio, trazendo uma visão ampla da viabilidade da ideia e da gestão da empresa.

Logo, a ausência de instruções e busca por algo que dê o retorno esperado em menor tempo acaba resultando em falhas irreversíveis. É fundamental entender a organização, ou seja, conhecer seus pontos fortes e fracos. O investidor sempre cria expectativas em cima do investimento, o resultado dessa simples equação é o retorno, geralmente a curto e médio prazo, sendo a recompensa a médio e longo prazo. A compensação é o resultado do trabalho e valor aplicado, sendo assim seu retorno deve vir conforme foi planejado, dinheiro, poder, tempo livre, status, patrimônio, etc. (NIGRI, 2011).

O presente artigo tem como objetivo, identificar as causas do aumento da taxa de mortalidade das pequenas empresas em um curto período, destacando a importância de ter um plano de negócio. Segundo Dornelas(2008),o estudo aprofundado sobre empreendedorismo, compreende que a maior parcela do mundo de negócios é composta por pequenos empresários, porém são iniciantes e com conhecimento limitado. Desta forma, sem plano de negócios estruturado o índice de mortalidade dessas empresas vem crescendo, na maioria dos casos extinguindo-se, chegando em até 50% nos primeiros anos de atividade.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 A nova era do empreendedorismo

Na atualidade mundial as organizações ganharam o mundo. As principais atividades estão em conexão e ligadas diretamente por organizações. Convivemos e elas estão presentes no dia a dia, assim somos dependentes desse ecossistema. O nascimento e o propósito das organizações são a prestação de serviço, produto ou benefício a sociedade em geral e a cada cliente/usuário em particular. O seu crescimento é constante a medida que suas operações são bem-sucedidas, tendo em vista em aumentar suas operações e incrementar seus recursos e habilidades. A administração é a chave para uma empresa bem-sucedida. Pois ela é imprescindível para obter sucesso no meio corporativo (CHIAVENATO, 2005). Para alcançar resultados com os recursos, antes de tudo é necessária uma administração focada e resiliente. Traduzindo em maravilhas, os recursos e habilidades

disponíveis. O caminho para realizar e fazer as coisas acontecerem, é através da administração. O mundo moderno é o resultado de uma administração competente (CHIAVENATO, 2007).

Segundo Drucker (2001), a prática administrativa e a disciplina vêm progredindo ao longo dos anos, assim englobam o espírito empresarial e a inovação. As organizações observam as inovações como um fator primordial para continuar no mercado. A mortalidade empresarial está ligada diretamente ao fato de não inovar, conectado com a má administração aumentando circunstancialmente o fracasso de novos empreendimentos.

A importância do empreendedorismo reflete na criação e crescimento dos negócios, sendo assim, alavanca o crescimento e a prosperidade das nações e regiões. Esses resultados exorbitantes começam de forma modesta, as ações empreendedoras iniciam a partir de uma oportunidade lucrativa e um desejo empreendedor do indivíduo. As oportunidades são situações novas no mercado, seja de produtos ou serviços, esses métodos de organizações são introduzidos e vendidos por um valor maior que o seu custo de produção, assim gerando lucro ao empreendedor. Produtos tecnológicos inexistentes em um determinado lugar, acarreta um novo mercado em outra região. Traduzindo está história recorrente, são as oportunidades que geram algo novo no mercado. Porém tais possibilidades devem surgir a partir de um estudo para avaliar e explorar essas oportunidades possíveis. Logo, o empreendedorismo exige ação! Tal ação empreendedora, demanda a criação de novos produtos ou da entrada em novos mercados em potencial econômico, para a comercialização do produto, surgindo por meio de organização recém-criada ou de uma organização já estabelecida no mercado (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2014).

Transformações em curto espaço de tempo é constante no mundo, principalmente no século XX, quando houve um aumento das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Tais invenções surgiram das inovações do novo, algo jamais visto ou de uma nova visão de como extrair possibilidades de coisas já existentes. Segundo Dornelas (2008), por trás dessas invenções, pessoas visionárias com características especiais estão sempre questionando, arriscando em busca do diferencial, fazendo acontecer e empreendem. Os empreendedores são pessoas que buscam sempre oportunidades únicas, motivados e apaixonados pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, buscam o reconhecimento e admiração, assim deixando a sua marca ao longo dos anos, formando um legado incontestável. São revolucionários e seus comportamentos e processos empreendedores devem ser estudados.

A importância do empreendedor na visão dos economistas é essencial para o desenvolvimento econômico, suas invenções e pensamentos estão alavancando os sistemas de valores da sociedade, os mesmos, são fundamentais para o comportamento individual dos seus integrantes. Parafraseando, sem líderes empreendedores, não haverá desenvolvimento econômico capaz de segurar uma economia (BAGGIO e BAGGIO, 2014).

Na visão de Hashimoto (2013), os objetivos traçados pelo empreendedor são de forma autônoma, assim decidem onde aplicar os recursos, escolhendo estratégias e buscando oportunidades mais relevantes. Não se pode confundir autonomia com independência. Independência se trata em trabalhar sozinho, o que, não traduz um perfil empreendedor. Ele pode até iniciar sozinho, mas logo verá que não conseguirá atingir algumas de suas metas de crescimento. Uma das suas principais características é conquistar apoio e confiança de uma equipe, assim ajudando o mesmo a conduzir seu empreendimento de forma saudável. Portanto o *network* é de extrema importância para a condução dos negócios.

2.2 Necessidade de Empreender e a Mortalidade Precoce das Micro e Pequenas Empresas

O crescimento do desemprego de prazo longo,origina-se pela estrutura do cenário do mercado de trabalho.Um dos fatores de maior consideração é grau de escolaridade da classe trabalhadora, o que confronta a necessidade se ter profissionais cada vez mais capacitados, proativos. Em outras palavras, enxergamos um desalinhamento entre a mão-de-obra oferecida e o perfil profissional ideal para atender as ofertas de trabalho, no qual gera “desemprego prolongado” (CHAHAD, 2003).

Em uma escala hierárquica a teoria das necessidades humanas defendida por Maslow, fundamenta-se que a motivação é o fator de maior predominância e é ela que influencia no comportamento de cada indivíduo, e nela onde alavanca o sentimento da necessidade e junto a ela sua satisfação. Entre as distintas formas de necessidade, uma acompanha a outra ainda que tenham diferentes graus de relevância, é uma busca contínua em satisfazer cada fase. Portanto a frustração para a psicologia é vista como uma grande ameaça, que ocasionam reações e tomada de decisões emergenciais no comportamento humano (BUENO, 2002).

De acordo com Lemes (2010), empreender decorrente de uma oportunidade pode ser descrito como a pretensão de investir em uma oportunidade de negócio, como a elaboração de um próprio negócio. Ao enxergar uma oportunidade inicia-se todo o trabalho, planejamento para concretizar o projeto. A cada fase o empreendedor deve agir com todo o esforço para que alcance os resultados almejados. O empreendedorismo por necessidade, que requer de forma instantânea resultados o que é mais comum e acaba deixando para trás todas as etapas de análise e estudo aprofundado mediante o projeto. O ideal seria planejar e fazer uma análise a fim de averiguar possíveis lacunas e evitar qualquer tipo de imprevistos.

Ainda que o país tenha uma natureza empreendedora, a falta de preparação é uma completa realidade, cerca de 25% das pequenas empresas encerram as atividades com apenas 2 anos de vida. Esse número aumenta para 50% no quinto ano. Esses acontecimentos refletem na situação econômica e na perspectiva do potencial empreendedor (SEBRAE).

Schultz (1975), entende o ser humano como um apanhado de habilidades empreendedoras, ou seja, habilidade de ministrar o negócio é totalmente fundada em experiências como treinamentos, educação, habilidades entre outros, assim tornando-se resiliente. Pessoas com maior grau de escolaridade nota-se maior facilidade em lidar com imprevistos e casos de maior complexidade, pois buscam em seus conhecimentos ferramentas, técnicas para otimizar qualquer seja o processo (UCBASARAN; WESTHEAD; WRIGHT, 2008).

Segundo Davis (1939), os fatores de maior importância resultante na alta taxa de mortalidade das empresas são a escassez de mão de obra qualificada, falta de estruturação, instabilidade da economia e constantes mudanças da demanda. Cochran (1981), ao apresentar o tema, identifica a falha gerencial e falta de experiência em relação a responsabilidade de um negócio e assim aponta a grande maioria dos estudos dessa causa.

Entre 1980 e 1990 o empreendedorismo ganhou maior visibilidade no país, houve a criação de instituições como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), para encaminhar esses novos gestores em seus negócios, dando assistência para toda formalização da empresa, além de orientações para resolução de contratemplos. O cenário de hoje apresenta algumas mudanças como por exemplo as alterações da CLT tornando inevitável acordos entre empregados e empregadores e há uma forte propensão que os empregos atuais sejam substituídos por outra maneira de relacionar trabalho e capital, e uma possibilidade é a criação de novas empresas, situação cada vez mais comum em nosso país (MELO, 2017).

2.3 Planejamento e plano de negócio

Segundo o Sebrae (2019), grande parte dos novos empreendedores esbarram em dificuldades não pautáveis na abertura do negócio, devido ao planejamento equivocados. Somente a ideia não é sinônimo de sucesso, é preciso fazer um estudo de mercado, observando a localização, conhecendo fornecedores e seus custos, sobretudo o planejamento estratégico. Desta forma, o plano de negócio evita riscos calculados, traçando um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. Através dele coletamos dados detalhados do ramo de atuação, ou seja, serviços, clientes, concorrentes e principalmente seus maiores adjetivos, contribuindo para construção de sua ideia e a gestão empresarial.

Consequentemente, a sobrevivência do negócio resulta não apenas de um único fator, mas depende da combinação de um conjunto de fatores: os “fatores contribuintes”. Segundo o Sebrae (2016), são eles:

- Situação antes da abertura;
- Tipo de ocupação do empresário;
- Experiência no ramo;
- Motivação para abrir o negócio.
- Planejamento do negócio;
- Gestão do negócio;
- Capacitação dos donos em gestão empresarial.

Todo grande negócio é proveniente de um empreendedorismo estratégico. A criação arquitetônica de novos empreendedores acrescentado de novos negócios, é um resultado de um risco calculado, frente às inovações e variações do mercado. Aliado ao desenvolvimento dos sistemas de informações é possível desenhar um plano de negócio mais assertivo, simulando pontos relevantes, como mercado, consumidores, estratégias financeiras e estudo de viabilidade, levando em consideração a volubilidade proposta pelo mercado, trazendo um produto inovador, observando os riscos variáveis do produto (SILVA e MONTEIRO, 2013).

Para Júnior et al (2006), o plano de negócios é a base de uma prática de sucesso, quando não estruturado os seus resultados podem não ser expressivos no contexto empresarial. É preciso estruturar e mensurar as informações de experiências anteriores e trazer para um contexto de inovação do negócio estabelecido. Utilizando assim, o planejamento como ferramenta de tratamento das informações captadas.

O plano de negócios é ferramenta de planejamento essencial para micro e pequenas empresas, desde a primeira iniciativa ao fundar um negócio próprio quanto acompanhamento dos resultados após alguns anos de atuação. O plano de negócios ganhou notoriedade nas instituições financeiras, pois sua estrutura é capaz de demonstrar a capacidade de rendimento da empresa, para uma disponibilização de créditos. Esse documento apresenta de maneira objetiva e menos complexa o conhecimento da empresa em relação ao mercado que atua, acompanhada aos benefícios que seus investimentos trará a empresa e a sociedade que convive (BIAGIO e BATOCHIO, 2012).

Para Prado (2007) a elaboração de um plano de negócios é necessários reunir dados como recursos disponíveis, cenário, tecnologia, capital e reunir essas informações executando esse guia para o empreendedor, muitos acabam até desistindo por não ser algo tão fácil, o que pode ter uma grave consequência futura.

Segundo Zavadil (2013) a diretriz de um empreendimento está relacionada a um plano de negócios, que consiste em um documento que define estratégias e direcionamentos à fazer. Nele é feito uma análise detalhada do negócio. Essa ferramenta é capaz de auxiliar na eficácia das primeiras operações e ações a serem tomadas como por exemplo a busca de um novo sócio, investimentos e inserir no mercado de uma visão positiva perante funcionários, fornecedores e clientes.

Diante deste cenário o planejamento estratégico surge como uma valiosa “ferramenta” de auxílio à alta administração, pois permite nortear as ações gerenciais da empresa dentro de um plano previamente determinado de metas e estratégias, diminuindo com isso a possibilidade de tomada de decisões equivocadas, num mercado extremamente competitivo sem margem para erro (BARBOSA e BRONDANI, 2005).

Segundo Bateman e Snell (2012), tomadas de decisões e metas surgem do planejamento estratégico, esse por sua vez é fundamental para traçar o caminho da empresa de forma positiva. O planejamento não é um gerenciador de crises, é uma estratégia baseada em esforços dirigidos e controlados pelos gestores, gerando um conhecimento de todo processo estrutural da empresa, mapeando todos os níveis e conhecendo seus funcionários.

Aliado importante de gestão para as organizações no mundo atual, o planejamento estratégico possui uma das valiosas funções administrativas, através dele que é tomada as principais decisões do gestor e sua equipe, assim direcionando a organização da empresa, condução da liderança e controle das atividades. O propósito do planejamento é fornecer informações baseadas em mercado, desta forma, gestores e suas equipes conseguem antecipar de forma proativa as mudanças impostas pelo mundo dos negócios (ANDION e FAVA 2002).

O desenvolvimento e implementação do planejamento estratégico das empresas, necessita de conhecimentos técnicos, visto que o gestor vai aplicá-lo e utilizá-lo, desta forma, obtendo otimização do processo de tomada de decisões. O planejamento é a base de uma organização, é preciso a aprovação de todos, porém poucos conseguem fazer de forma sucinta. Traçados os grandes objetivos nascem os planejamentos, desenhados e analisados conforme o trabalho em equipe. Com o intuito de desempenhar em alto nível e alcançar grandes resultados é criado o planejamento estratégico, assim guiando as ações das empresas. Não existe uma fórmula precisa para elevar os resultados, porém vários modelos que são altamente produtivos. Trazendo o modelo correto para sua realidade e adaptável ao seu negócio é o princípio de um planejamento de sucesso (FERREIRA et al, 2005).

Segundo Manhani e Ferreira (2008), para o sucesso do negócio é imprescindível fazer uma análise profunda acerca dos ambientes, tanto macroambiente, que é uma visão organizacional do organograma, quanto no microambiente, que são as pequenas células gerenciais do modelo de negócio. As variáveis são constantes, independente do nicho de mercado, algumas destas podem ser controladas, são elas, fornecedores, concorrentes e consumidores, outras não, como taxa de câmbio, taxa de juros, produção interna bruta, crescimento demográfico, exportação, importação, aspectos culturais, sociais, novas tecnologias, dentre outras, essas podem interferir na efetividade de forma positiva ou negativa.

Há uma defasagem de aplicação de planejamento estratégico que impacta diretamente na falência das pequenas empresas, são raras as exceções em que elas utilizam esse instrumento na tomada de decisões, acarretando uma taxa de mortalidade alta nesse segmento. Se tratando de uma estratégia a longo prazo as pequenas empresas se tornam relutantes a aplicação, considerando técnico e de poucos resultados práticos, assim, preferem manter uma estratégia momentânea, garantindo a sobrevivência da empresa naquela situação (COELHO e SOUZA, 1999).

Empreendedorismo é a elaboração de um negócio, como também pode ser criar o próprio emprego, sujeito a algumas ameaças. A utilização de ferramentas tecnológicas permite uma praticidade na hora de traçar estratégias, analisar o mercado, os consumidores, o financeiro, diminuindo os riscos ou driblar alguns deles. (SILVA e MONTEIRO, 2013).

Na visão de Souza e Qualharini (2007), o despreparo dos gestores das micro e pequenas empresas, acarretam em decisões erradas, devido a observarem apenas situações momentâneas dos sócios proprietários da

empresa. É de grande valia a análise de dados detalhados e assim executando ações assertivas a serem implementadas. O Planejamento Estratégico bem estruturado deve começar com uma amostra adequada dos dados da empresa, necessitando tempo suficiente para maturação das decisões, traduzidas em resultados e ações a serem executadas.

De fato pequenas e médias empresas não traçam um plano organizacional ou se estruturam de forma adequada. Isso reflete na taxa de mortalidade das empresas iniciantes, porém à medida que aumenta a consciência empresarial, elas ganham forças no cenário comercial, crescem circunstancialmente. Sendo assim, elas entram de forma regenerativa, ganhando espaço de organizações de grande porte no mercado. Observando esses grandes feitos pelas organizações de maior porte, os pequenos empresários acabam fazendo o *benchmark* e assim vislumbram uma empresa ideal e sólida, com grande capacidade de adequação no mercado, diante de uma transposição de um planejamento estratégico de acordo com seu negócio (ANTONIK, 2004).

3. PLANEJAMENTO EM PRIMEIRO LUGAR

Em busca de oportunidades no mercado, a maioria da população pensa em abrir o seu próprio negócio. Hoje cerca de 66% da população já chegou a cogitar essa possibilidade (Revista Pequenas empresas & grandes negócios). O novo empreendedor deve ter ciência que ao iniciar o negócio, deve ser feito uma análise envolvendo vários aspectos, não limitando somente ao capital inicial, mas ao investimento de recursos e a busca de conhecimento que auxilia nessa primeira fase.

Os primeiros passos estão relacionados a análise do ramo de atividade a ser desenvolvido, normalmente este é decidido baseando-se em alguma formação do gestor ou vocação já existente que pode ser através de uma empresa que já trabalhou onde desenvolvia aquele produto/serviço ou de conhecimento de algum amigo ou familiar; algo pelo qual já tenha contato e que lhe causa familiaridade. Talvez aqui esteja o primeiro erro, trabalhar com deduções do que poderia ser interessante para o mercado e não estar atento a real necessidade do cenário. Dessa forma, as opções teóricas na hora de determinar o ramo de atividade são as mais indicadas.

Muitas vezes, observa-se um determinado negócio dando certo e automaticamente vários empreendedores iniciantes buscam copiar a ideia sem ao menos pesquisar o mercado, analisar como o público está reagindo a esse produto/serviço, se determinada região comporta outro negócio desse ramo, ou seja, a maioria dos casos iniciam a ação antes de traçar estratégias e meios.

Uma das ferramentas mais indicadas ao iniciar uma atividade empresarial é o Plano de negócio, ele permite pontuar todos os aspectos até detalhes que possam passar despercebido. Nesse momento é preciso definir qual o objetivo da empresa e como ela busca atingi-lo, limitando as incertezas e trabalhando com os fatos, planejando e organizando para premeditar os possíveis erros.

3.1 Elaborando um plano de negócios

O Plano de negócios equiparasse ao alicerce de uma casa sendo a base para solidificação de uma empresa. Nesse caso sua elaboração deve ser pensada do início ao fim definindo diretrizes em uma sequência para fácil entendimento de qualquer pessoa que possa ter acesso a esse documento. Para maior dinâmica o ideal é seguir por etapas iniciando por um sumário e em seguida pontuar pontos fortes e fracos, fatores externos e sugestão do melhor plano para cada área específica de acordo com a atividade da empresa e a cada etapa estar o máximo com os pés no chão, nada de prazos e metas inalcançáveis, pelo menos nesse primeiro momento.

Mediante a imprevistos e problemas comuns para qualquer empresa esse documento será o apoio para tomada de decisões, sejam elas diárias, semanais, semestrais ou até anual. É importante destacar que plano de negócios é apenas uma de tantas outras ferramentas da administração que associadas podem ter a força de uma grande muralha e que nela é possível enxergar a linha da vida da empresa, dessa forma ela necessita de atualizações periodicamente.

4.CONCLUSÃO

Este trabalho leva a compreensão que empreender vai além da necessidade e que tudo deve ser pautado desde a concepção de uma ideia. Observou-se que o uso do plano de negócios evita desperdícios e erros gerando boa estruturação para a vida da empresa, contudo não se dá garantia de uma gestão perfeita e sem contratempos. Fundamentou-se nas pesquisas que a alta taxa de mortalidade é decorrente da falta de preparo e conhecimento, onde foca-se muito no capital investido e outras firulas que podem ser deixadas para outros momentos, pois é um processo que demanda seguir etapas e ter prioridades.

5.REFERÊNCIAS

- ANDION, Maria; FAVA, Rubens. **Planejamento estratégico**. Disponível em: <http://evoluirgestaoempresarial.com.br/documents/administra%C3%A7%C3%A3oestrategica_3.pdf>. Acesso em: 28/05/2019.
- ANTONIK, Luis. A administração financeira das pequenas e médias empresas. **Fae Business**, São José dos Pinhais, v.1, n.8, p.35-38, 2004.
- BAGGIO, Adelar; BAGGIO, Daniel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Rio Grande do Sul, v.1, n.1, 25-38, 2014.
- BARBOSA, Emerson; BRANDONI, Gilberto. Planejamento estratégico organizacional. **Revista eletrônica de contabilidade**, Santa Maria, v.1, n.2, p.108-123, 2005.
- BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. **Administração: O desafio de gerir pessoas, unindo as individualidades em favor de todo e nos diferentes níveis hierárquicos**. 2ª Edição. São Paulo: AMGH, 2012.
- BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para micro e pequenas empresas**. 2ª edição. Barueri-SP: Manole, 2012.
- BUENO, Marcos. As teorias de motivação humana e sua contribuição para a empresa humanizada: **Revista do Centro de Ensino Superior de Catalão**, v.4, n.6, 2002.
- CHADAD, João Paulo. Tendências recentes no mercado de trabalho: pesquisa de emprego e desemprego: **Perspectiva São Paulo**, São Paulo, v.17, n. 3-4, 23, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: nos Novos Tempos**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

COCHRAN, A. B. Small Business Mortality Rates: A Review of the Literature. **Journal of Small Business Management**, v. 19, n. 4, p. 50-59, 1981.

COELHO, José; SOUZA, Maria. A importância do planejamento estratégico para as empresas de pequeno porte. **VI Congresso Brasileiro de Custos**, São Paulo, v.1, n.1, p.1-13, 1999.

DAVIS, H. Business Mortality: The Shoe Manufacturing Industry. **Harvard Business Review**, v. 17, n. 3, p. 331-339, 1939.

DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter. **O melhor de Peter Drucker: a administração**. 1ª Edição. São Paulo: abril, 2001.

FERREIRA, Maraísa; SILVA, Marcos; SOUZA, Reginaldo; RIGUEIRO, Vanessa; MIRANDA, Isabella. A importância do planejamento estratégico para o crescimento das empresas. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, Maringá, v.2, n.1, p.34-39, 2005.

FERREIRA, Luis; OLIVA, Fabio; SANTOS, Sílvio; GRISI, Celso; LIMA, Afonso. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas na cidade de São Paulo. **Gestão de Produção**, São Carlos, v.19, n.4, p.813, 2012.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2013.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael; SHEPHERD, Dean. **Empreendedorismo**. 9ª Edição. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE. **Desemprego sobe e atinge 12,7 milhões de pessoas após dois trimestres de queda**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23867-desemprego-sobe-e-atinge-12-7-milhoes-de-pessoas-apos-dois-trimestres-de-queda>>. Acesso em: 25/03/2019.

JUNIOR, João; ARAÚJO, Pedro; WOLF, Sérgio; RIBEIRO, Tatiana. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e a prática. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v.8, n.15, p.1-22, 2006.

LEMES, Antônio; PISA, Beatriz. **Administrando Micro e Pequenas Empresas**. 1º Edição. São Paulo: Elsevier, 2010.

MANHANI, Lourdes; FERREIRA, Alexandre. A importância do plano de negócios para o sucesso empresarial: algumas considerações. **Revista de Ciências Gerenciais**, São Paulo, v.7, n.14, p.179-196, 2008.

MELO, Luisa. **Crise faz empreendedorismo por necessidade voltar a crescer no Brasil**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/crise-faz-empreendedorismo-por-necessidade-voltar-a-crescer-no-brasil.ghtml>> . Acesso em 18/05/2019.

NIGRI, Jayme. **A importância do plano de negócios**. Disponível em: <https://www.catho.com.br/cursos/index.php?p=artigo&id_artigo=195&acao=exibir>. Acesso em: 08/03/2019.

PAMPLONA, João. **O auto-emprego e os determinantes de seu sucesso**. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/eitt/downloads/eitt2003_joaopamplona.pdf>. Acesso em: 20/03/2019.

PRADO, Lauro Jorge. **Você precisa de um plano de negócios?**. Disponível em: <http://www2.contilnet.com.br/~Curso_Tecnico/Turma124/organizacao/plano_neg%F3cio.pdf>. Acesso em 18/05/2019.

SCHULTZ, T.W. Investment in Human Capital. **The american economic review**, Pittsburgh, v. 51, n. 1, p. 1-17, 1961.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>>. Acesso em: 29/05/2019.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu negócio**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 20/03/2019.

SILVA, Eduardo; MONTEIRO, Fátima. **Empreendedorismo e plano de negócios**. 1ª Edição. Porto: vida econômica, 2013.

SOUZA, Wendel; QUALHARINI, Eduardo. O planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas. **Centro Universitário Senac**, São Paulo, v.1, n.1, p.1-12, 2007.

UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's Human Capital matter? **Small Business Economics**, Dordrecht, v. 30, n. 2, p.153- 173, 2008.

ZAVADIL, Paulo Ricardo. **Plano de Negócios**: Uma ferramenta de gestão. 1ª edição. Curitiba-PR: Intersaberes, 2013.