Um estudo sobre a sobrevivência das MPES em São Paulo no período de 2006 a 2013

Autores:
Thaise dos Santos Silva, graduanda em Administração
Lucineide Bispo dos Reis Luz, Contadora e Professoda Universitária
Murilo de Oliveira Furquim dos Santos graduando em Administração

Universidade Nove de Julho

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é mundialmente conhecido por sua criatividade na criação e desenvolvimento de novos empreendimentos.

De acordo com as pesquisas realizadas constatamos que o empreendedor brasileiro até 2005, considerava a criação de um negócio próprio a sua sobrevivência e de sua família. Isso fazia com que a grande parte quebrasse antes dos dois primeiros anos de vida; muitas vezes a falta de experiência e conhecimento era responsável por essa taxa de mortalidade tão alta. Com o passar dos anos, os estudos realizados e o desenvolvimento econômico fez com que isso mudasse.

Atualmente a abertura de um negócio esta associada a uma oportunidade ou uma necessidade, para o crescimento e desenvolvimento do mercado atual, pesquisadas realizadas tem ajudado a evitar os erros mais comuns do passado, além disso, houve a necessidade do conhecimento de mercado antes da abertura de um negócio.

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) se tornou um grande parceiro daqueles que possui ou deseja abrir uma micro e pequena empresa, oferecendo suporte na abertura formal, cursos e palestras de gerenciamento e estudo do mercado, ou seja, passaram a incentivar o desenvolvimento de um plano de negócios antes de iniciar as atividades comerciais.

Houve um grande crescimento no número de salões de beleza. Isso fez com que o Brasil ocupasse o 3º lugar no ranking no consumo de produtos de beleza.

O serviço se popularizou se tornando um mercado altamente concentrado, surgiram novas especializações com a valorização, principalmente, afro descendência, oferecendo para muitos funcionários que já prestavam serviços na área e tinha um espírito empreendedor.

Assim agregaram as novidades no mercado sendo um diferencial em virtude da concorrência, muitos enxergaram uma necessidade ou uma oportunidade de abrir o seu próprio negócio, utilizando suas experiências adquiridas anteriormente, e também desenvolveram a inovação e criatividade.

Com o objetivo de realizar o levantamento de dados, foi preparado um questionário estruturado para aplicação em salões de beleza da região metropolitana de São Paulo. Identificamos que muitos empreendedores neste ramo ainda estão na informalidade, isto é, não realizam um planejamento adequado para iniciar suas atividades. Foram coletados dados ainda por observação dos locais pesquisados enquanto realizavam suas atividades nos salões.

Na economia atual grande parte é movimentada pelas MPE's (Micros e Pequenas Empresas) de todo país, porém a taxa de mortalidade era muito alta. Por isso resolvemos pesquisar o que leva a mortalidade dessas empresas visto que grande do setor privado da economia é composto por esse tipo de empresa.

Muitas recebem incentivos por parte do governo, com isso passaram a utilizar os recursos tecnológicos para desenvolver e divulgar a marca e interagir no mercado de uma forma mais competitiva.

Tudo isso fez com que houvesse uma brusca queda na taxa de mortalidade, colocando o país definitivamente no mundo dos negócios, alcançando os mesmos resultados que os países de primeiro mundo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo no Brasil

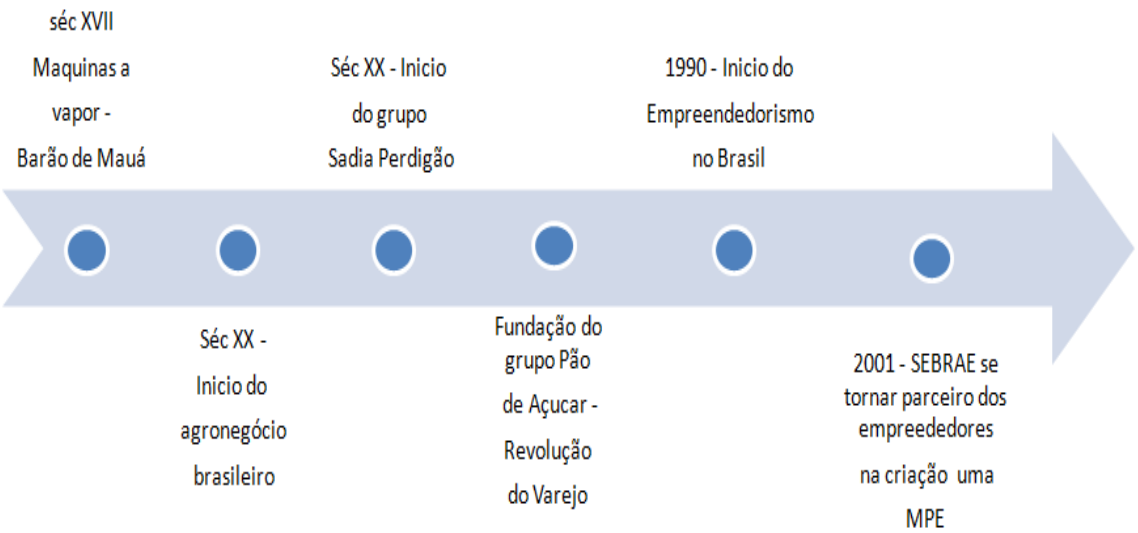
O termo empreendedor é derivada da palavra francesa *entrepeneur*, que foi utilizada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o "individuo que assumia riscos". Tendo em vista a evolução humana, se pensarmos lá no inicio, onde o homem primitivo para sua sobrevivência era preciso desenvolver ferramentas de caça de animais, também conhecido como Homo Habilis, um dos ancestrais da atual raça humana há aproximadamente 02 milhões de anos e já possuía hábitos de caça. Depois que muitos anos se passaram, e um salto imenso para o empreendedorismo foi dado pelas grandes civilizações antigas, um exemplo claro, os egípcios e suas pirâmides, fica em destaque, onde construir apenas uma pirâmide, eram necessários 30 mil homens e 20 anos de trabalho. Mas tanto a sobrevivência do homem primitivo, como a forma de demonstração dos egípcios de conhecimento acumulado com o passar dos séculos ganhou visões econômicas, o conhecimento juntamente com a mão de obra fazia, uma combinação eficiente na forma de produzir mercadorias e alimentos em grande escala, tornando-se um acumulo e dando origem ao mercantilismo, semente do que podemos entender atualmente como empreendedorismo.

No Brasil se iniciou em meados do século XVII, onde os portugueses percebendo uma devasta terra a ser explorada do território, começaram a se instalar definitivamente, onde os diversos empreendimentos eram aplicados, (a maioria à custa de trabalho escravo) tendo um, que deve ser destacado, o de Irineu Evangelista de Sousa conhecido como o Barão de Mauá, foi autor da fabricação de caldeiras de maquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água. Irineu também foi responsável da organização de companhias de navegação a vapor no Rio Grande do Sul e no Amazonas, além destes e de outros empreendimentos,

fazendo com que sua atuação fosse considerada de extrema importância para o país, e até hoje sendo reconhecido como uns dos primeiros grandes empreendedores do Brasil.

No século XX, a história brasileira ganhou mais empreendedores de grande importância, como Luiz de Queirós, percursor do agronegócio brasileiro e principal incentivador da pesquisa no setor, com isso criou a Escola Superior da Agricultura Luiz de Queirós (Esalq), uma das unidades fundadoras da USP; também teve Attilio Francisco Xavier Fontana que foi deputado, senador e vice-governador de Santa Catarina, mas tendo sua atuação de maior reconhecimento como fundador do Grupo Sadia (Atual Brasil Foods, resultado da fusão entre Sadia e Perdigão); Seguido de Valentim dos Santos Diniz, que fundou a rede de supermercados Pão de Açúcar, revolucionando o varejo com formas inovadoras de atendimento ao cliente, alterando o sistema de embalagem, refrigeração, técnicas de venda, publicidade e administração, influenciando padrões de consumo e comportamento, fazendo do que era uma simples doceria em 1948, se tornasse atualmente um dos maiores grupos compostos de marcas como, Ponto Frio, Extra, Assai, Sendas, Compre bem e Pão de Açúcar. São exemplos como esses, que fizeram empreendedores ganharem reconhecimento e maiores incentivos, como podemos verificar na figura 01 que nos mostra uma linha do tempo do empreendedorismo no Brasil.

Figura 1 – Linha do tempo do empreendedorismo no Brasil



Fonte: os pesquisadores

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo no Brasil adquiriu mais poder em meados da década 1990, onde o fator da abertura da economia proporcionou a origem de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), criado em 1972, é uma entidade privada sem fins lucrativos, que em 2001, se tornou um grande parceiro daqueles que possuíam ou desejavam abrir uma micro e pequena empresa, oferecendo suporte na abertura formal, cursos e palestras de gerenciamento e estudo do mercado, ou seja, os micros e pequenos empreendedores, passaram a ter suporte pra desenvolver um plano de negócios antes iniciar suas atividades comerciais, com isso muitos da informalidade SEBRAE utilizando uma metodologia de pesquisa por amostragem de um censo dos empreendimentos

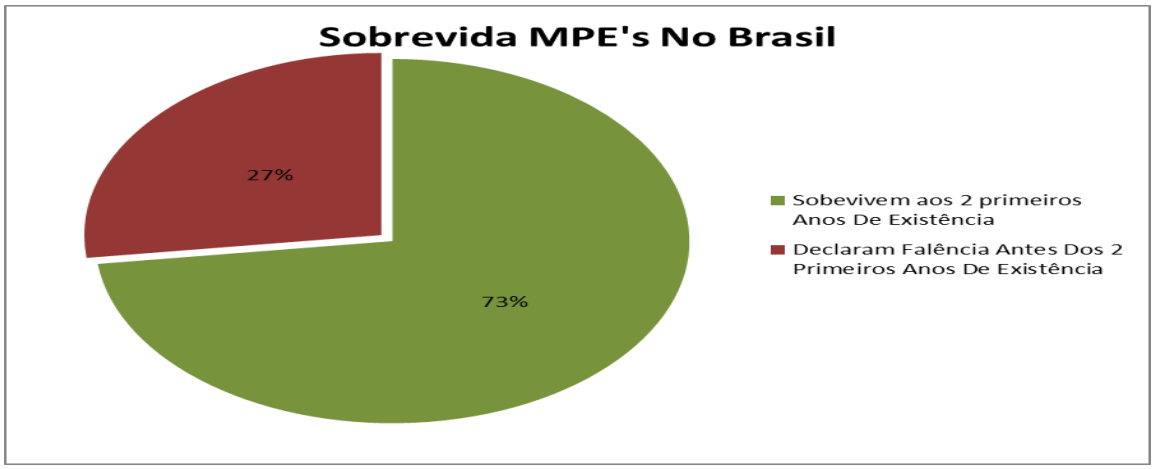
juntamente com os dados da receita federal, fazendo com que os dados estejam sempre atualizados e sendo utilizados anualmente, além disso, passaram a utilizar os recursos tecnológicos para desenvolver e divulgar sua marca e interagir no mercado de uma forma mais competitiva. Este órgão está de certa forma, implantando a cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover em parceria com outros países, o Desafio SEBRAE, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual.

A SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) foi criada para ampliar o mercado das empresas de software através da exportação e incentivar a produção nacional, para isso foram desenvolvidos projetos para a capacitação em gestão e tecnologia dos empresários de informática, que alavancam o desenvolvimento de tecnologias nacionais, essa entidade conseguiu através de seus programas, popularizar no país termos como plano de negócios (*business plan*) que até então eram ignorados pelos empresários e se tornou um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo e potencializa o país perante o mundo.

O SEBRAE (2011) relata que a taxa de sobrevivência das empresas brasileiras com dois anos nos grandes setores: indústria, comércio, serviços e construção civil é de 73,1% sendo a da região sul a mais alta do país, com 76,4%. Hoje segundo uma pesquisa realizada pela SCILO (Revista de Administração) indica que 56,20% dos empreendedores iniciais são jovens entre 18 e 34 anos de idade. Segundo a pesquisa quando a empresa é formalizada 39% dos seus donos possuem alguma pós-graduação, 34,2% superior completo e 26,8% segundo grau completo, quando não há a formalização vemos uma mudança neste perfil para 31,2% com superior completo e 68,8% com segundo grau completo. Podemos observar neste quesito que a falta de instrução e renda pode levar a informalidade, fazendo com o que a abertura de um negócio esteja associada a uma oportunidade de crescimento e desenvolvimento do mercado atual, sendo que os estudos realizados têm ajudado a evitar os erros mais comuns do passado. Desta forma, criou se a consciência da necessidade do conhecimento de mercado antes da abertura de um negócio.

O BNDES (Banco Nacional Desenvolvimento Econômico e Social) é uma empresa pública federal que apoia e financia em longo prazo investimentos em diversos segmentos econômicos como agricultura, indústria, infraestrutura, comércio e serviços além de investimentos sociais nas áreas de educação, saúde, agricultura familiar e outras. Todas as empresas que tem sede no Brasil podem solicitar financiamento ao BNDES, sendo pessoa física ou ainda entidades da Administração Pública. A operação pode ser direta (Banco ou mandatário), indiretamente (instituição financeira credenciada ou Cartão BNDES) ou ainda operação mista. No Brasil anualmente são criados cerca de 1,2 milhões de empreendimentos novos. A cada 100 novos empreendimentos, 73% sobrevivem aos dois primeiros anos, sendo que eles são responsáveis por dois terços do total da ocupação do setor privado da economia. Isto mostra a importância destas empresas para o crescimento e desenvolvimento econômico do país e tendo a mesma importância para o mercado, que as grandes empresas e multinacionais mantendo a transparência para com os stakeholders e a sociedade.

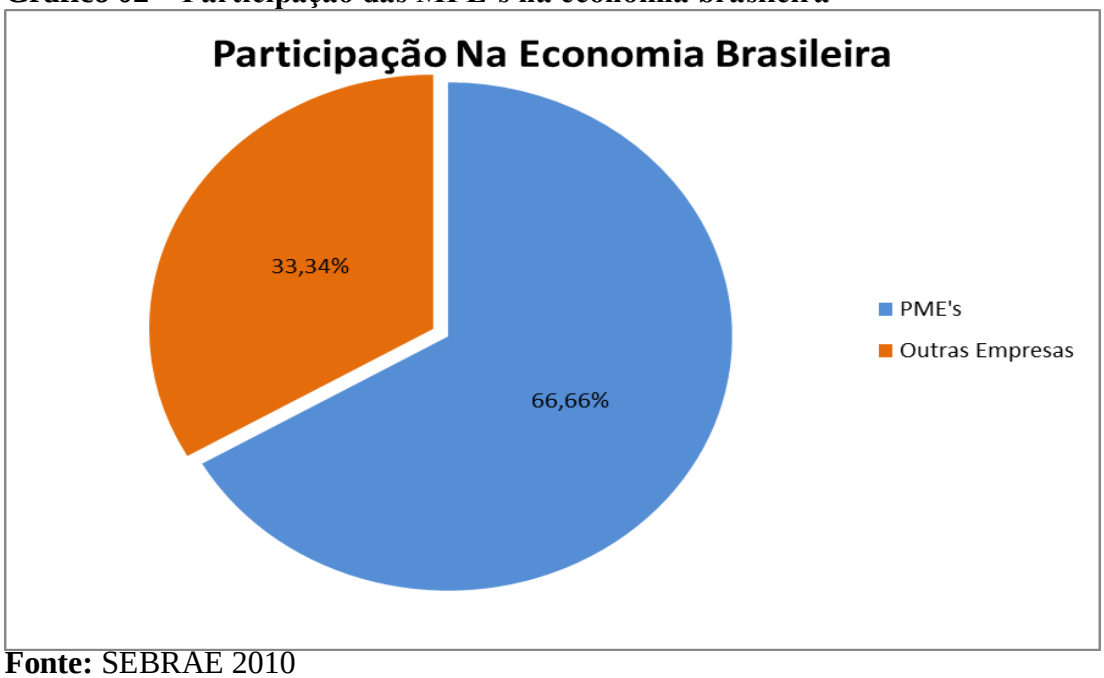
Gráfico 01 – A sobrevida das MPE's no Brasil



Fonte: SEBRAE 2010

As micro e pequenas empresas são responsáveis por 99% destes empreendimentos, tudo isso vem da nova visão dos empreendedores que estão atuando nos mais diversos mercados.

Gráfico 02 – Participação das MPE's na economia brasileira



Fonte: SEBRAE 2010

Bel Pesce, no livro "A menina do vale", explica o verdadeiro valor de um plano de negócios, fala que um plano de negócios em geral é um documento que descreve a visão para o seu negócio e suas projeções financeiras. Na visão de um plano de negócios, devem-se colocar alguns tópicos: descrição do negócio, explicação de quais produtos e serviços a empresa irá oferecer, mergulho profundo no mercado da empresa (incluindo a análise de potenciais concorrentes), planos detalhados de marketing, vendas e engenharia, bem como quem são as pessoas por trás da idéia e por que eles formam a equipe certa para executá-la. As seções sobre finanças geralmente incluem, no mínimo, balanços patrimoniais, demonstração do resultado do exercício e demonstrações do fluxo de caixa para os primeiros anos do negócio.

"... Depois de completar todos os tópicos do plano, deve-se resumir o documento em um Sumário Executivo. Geralmente, o sumário executivo é muito breve, com cerca de 02 páginas, e fornece uma boa visão geral do negócio, incluindo o estado atual da empresa e seus planos futuros. É a ultima parte a ser escrita, mas o primeira que os leitores buscam, por isso as pessoas tentam escrevê-la da maneira mais cativante possível..." (p.42)

Com a globalização tudo no mundo muda a todo momento fazendo com que um plano de negócios deva ser atualizado a todo o momento para acompanhar o ritmo atual do mundo em que vivemos, ou seja o plano de negócios é um documento vivo que não pode deixar de ser alimentado com informações sempre atualizadas de acordo com evolução e desenvolvimento da sua empresa perante ao mercado. O SEBRAE disponibiliza no site um plano de negócios seguindo um passo a passo como mapa do percurso durante a abertura do empreendimento.

2.2 Oportunidades e barreiras para o micro e pequena empresa (MPE) brasileira

Segundo a lei 123 de 14 de dezembro de 2006 consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte a sociedade empresária, simples, empresa individual de responsabilidade limitada. Para microempresa a receita bruta anual não deve ultrapassar R$ 360.000,00, enquanto as empresas de pequeno porte a receita bruta deve ser superior a R$360.000,00 e igual ou inferior a R$ 3.600.000,00.

É considerada receita bruta o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não se inclui vendas canceladas e os descontos concedidos. O SEBRAE é uma empresa de serviço social autônomo auxilia o estado, em certas categorias de serviço publico. Faz parte dos sistemas "S" e de acordo com o site a missão e promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. O SEBRAE trabalha pela redução da carga tributária e da burocracia para facilitar a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas. Parte deste esforço ganhou visibilidade com a aprovação da lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. A norma estabeleceu um ambiente que favorece o crescimento dos pequenos negócios. A legislação contabiliza avanços especialmente no Simples Nacional (Supersimples) e no incentivo à formalização do Empreendedor Individual nos termos da lei 128/08 que Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. (Atualizada pelas Leis 127/2007, 128/2008, 133/2009 e 139/2011). Dispõe sobre o processo de transformação de registro de empresário individual em sociedade empresária, contratual, ou em empresa individual de responsabilidade limitada e vice-versa**.** O Departamento Nacional de Registro do Comércio, introduziu, em 22 de novembro de 2011, no âmbito da Administração direta, autárquica e fundacional, tratamento diferenciado e favorecido ao microempreendedor individual, à microempresa e à empresa de pequeno porte deliberada pelo (Decreto nº 52.228, de 5 de outubro de 2007)

O grande desafio dos empreendedores atualmente que estão dentro mercado de trabalho aquecido no Brasil, é encontrar colaboradores qualificados, segundo Tales Andreassi, (coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da FGV-

EAESP) no atual cenário econômico está difícil para os empreendimentos de pequeno porte competir com as grandes empresas. Segundo dados de uma pesquisada realizada por Juliano Seabra da Endeavor, Tales Andreass FGV, Felipe Matos do Start-up Brasil, as principais dificuldades encontradas, consideradas fatores externos à empresa e que atormentam os empreendedores atualmente, são:

- Encontrar funcionários - Uma alternativa é oferecer um pacote que combine remuneração, benefícios e desafios. É preciso criar uma motivação extra para o futuro colaborador, oferecendo, por exemplo, autonomia ou chances de promoção. Outra opção é formar funcionários: contrate pessoas com potencial e dê o treinamento. Na hora de procurar candidatos, não deixe de recorrer a redes sociais como o *Linkedin*.

- Carga Tributária – O Brasil tem uma das legislações tributárias mais complexas do mundo. Por isso, é fundamental contar com os serviços de um bom contador, que conheça a fundo as regras do mercado. Dependendo do tamanho da empresa, pode ser o caso de contratar um advogado tributarista: o custo extra será compensado com a economia na hora de pagar os impostos.

- Falta de Capital de Giro – O problema real aqui é a falta de planejamento financeiro. A maior parte dos negócios enfrenta dificuldades no primeiro ano, já que a rentabilidade ainda não cobre os custos. Antes de empreender, é fundamental acumular uma boa reserva e fazer um planejamento. Com o plano de negócios em mãos, vai ficar mais fácil conseguir um empréstimo bancário, por exemplo.

- Encargos Trabalhistas – Para o empreendedor iniciante, que não tem condições de arcar com esses custos, há três opções: trabalhar sozinho, contratar estagiários ou recorrer à terceirização. Mas, eventualmente, ele será obrigado a contratar. Daí, a recomendação dos especialistas é manter-se bem informado sobre as leis trabalhistas para tomar as decisões mais adequadas para a empresa, para o funcionário e para o fluxo de caixa.

- Concorrência com Gigantes – Empresas de maior porte tendem a ser mais lentas e menos inovadoras que as pequenas e médias. Cabe ao empreendedor tomar decisões rápidas e criar produtos inovadores que impactem o mercado, antes que as grandes o façam. Outro caminho é investir em nichos ainda não atendidos pelas corporações. Depois que ficar forte no segmento, pode partir para a competição direta com os gigantes.

- Falta de Tempo para a Vida Pessoal – As longas jornadas de trabalho fazem parte do dia a dia do empreendedor. É preciso estar preparado para essa realidade e ser totalmente transparente com a família. De certa maneira, é como se eles também se tornassem sócios da empresa – parceiros e filhos precisam saber que o negócio consumirá boa parte do seu tempo, e estar de acordo com isso. Caso contrário, cria-se um conflito difícil de superar.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa teve o seu foco na taxa de mortalidade de empreendedores no ramo de serviço especificamente salões de beleza formais e informais na cidade de São

Paulo na região metropolitana. Para isso foi realizada uma pesquisa exploratória. Define-se pesquisa exploratória, na qualidade de parte integrante da pesquisa principal, como um estudo preliminar realizado com a finalidade de melhor adequar o instrumento de medida à realidade que se pretende conhecer. Em outras palavras, a pesquisa exploratória, ou estudo exploratório, tem por objetivo conhecer a variável de estudo tal como se apresenta seu significado e o contexto onde ela se insere. Pressupõe-se que o comportamento humano é melhor compreendido no contexto social onde ocorre, sendo a abordagem qualitativa que costuma ser direcionada, ao longo de seu desenvolvimento. Além disso, não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise de dados. Seu foco de interesse é amplo e parte de uma perspectiva diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos. Dela faz parte a obtenção de dados descritivos mediante contato direto e interativo do pesquisador com a situação objetivo de estudo.

Nas pesquisas qualitativas é frequente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí situe sua interpretação dos fenômenos estudados. Para se obter os dados foi utilizada uma entrevista semi estruturada e livre, que compreende todos os passos, da construção do instrumento para a coleta de dados à apreensão do significado das falas dos sujeitos, terminando numa redação precisa dentro do tema pesquisado, feito também a coleta de dados por observação com intuito de se identificar as características do empreendedor no ramo de serviços de uma determinada região, onde ficamos um período nos salões observando a rotina do local.

A pesquisa foi realizada em 2 empreendimentos da região sul de São Paulo no ramo de serviços sendo ele formal ou informal para homens e mulheres ou ainda só pra homens ou mulheres, criança ou adulto. Feito uma pesquisa em duas escolas de cabeleireiros na região da zona sul da capital paulista, onde pomos identificar que a maior parte dos estudantes são mulheres procurando um curso profissionalizante.

3.1 Estudo de caso em micro e pequenas empresas no setor de serviços para tratamentos de beleza

Com as recentes mudanças a economia mundial está se transformando a cada dia, com isso as empresas para aumentarem a sua competitividade e conquistar novos mercados estão fazendo grandes mudanças na sua estrutura para atender as necessidades do mercado. Segundo uma pesquisa do SEBRAE nos últimos 06 anos o brasileiro passou a frequentar mais salões de beleza e com isso o serviço cresceu 44%, fazendo com que o Brasil ocupe o 3º lugar mundial em consumo de produtos de beleza, atrás somente dos Estados Unidos e Japão. Quando falamos de inovação o país está no mesmo patamar. Como exemplo, podemos citar a rede Beleza Natural que abriu seu primeiro salão em 1992, hoje possuem uma rede com 09 salões especializados em cabelos crespos e ondulados e 1.500 funcionários que recebem treinamento profissional de acordo com a função que ira exercer. Atualmente trabalham com atendimento segmentado nos salões, com isso facilitam a capacitação dos funcionários, possuem uma seleção voltada para os valores e atitudes ao invés de experiência. Cerca de 90% dos funcionários que são selecionados para o seu primeiro emprego, 70% das meninas são clientes que já conhecem a cultura e os resultados dos produtos. Possuem uma fábrica

própria para a pesquisa e fabricação de produtos que são utilizados nos salões criados pela Zica uma das sócias do empreendimento.

A Beleza Natural oferece treinamento para os seus funcionários, enquanto as escolas de cabeleireiros pesquisadas na zona sul de São Paulo só qualifica o profissional para o mercado, onde os mesmos pagam um valor mensal e muitos já tem experiência, porém não podem exercer profissionalmente pela falta do diploma para exercer as atividades profissionalmente. Hoje de acordo com a nossa pesquisa os salões utilizam como critério para contratação experiência e cursos profissionalizantes voltados para a área, muitos fazem a divulgação dessas vagas nas próprias escolas de cabeleireiros pesquisados por nós. Podemos observar que a procura de cursos na área é grande principalmente por mulheres. Para se obter o certificado o aluno passa por varias avaliações dentre do curso escolhido onde o mesmo tem que alcançar uma nota mínima. O curso dura em média 03 meses sendo feito 02 vezes por semana ou 01 vez com um período maior.

3.2 Coleta de dados

3.2.1 Relatório das observações e entrevistas coletadas nas empresas

Sobre o salão A: o questionário foi aplicado com o Gustavo que tem 45 anos de idade e nos informou que não possui superior completo, apontando que para a abertura do seu negócio o motivo foi por necessidade, contudo o mesmo trabalha na área desde que tinha 14 anos e só a 05 anos resolveu abrir o seu próprio negócio. Segundo o mesmo não foi feito nenhum tipo de planejamento e que atualmente também não realiza e que sente falta de uma pessoa para ajudá-lo a cuidar dos negócios. Para ele as maiores dificuldades são encontrar funcionários e a falta de tempo para a vida pessoal. Para contratar funcionários ele prefere indicações e o seu diferencial é o tratamento com os "baixinhos", falou que a maioria dos seus colegas de profissão não tem paciência com os mesmos, mas ele gosta de crianças os deixa sentirem bem tranqüilos e a vontade no seu estabelecimento, desta forma ele acaba conquistando os pais também.

Sobre o salão B: o questionário foi aplicado com Henrique que tem 31 anos de idade, não tem o superior completo, e este ano em agosto faz 5 anos que abriu seu salão. Henrique conta que em menos de um mês já teve o retorno do investimento feito para abrir seu empreendimento, onde viu uma oportunidade sabendo de suas habilidades para atuar no ramo mesmo sozinho. Quando abriu seu salão, não fez nenhum planejamento, só depois no decorrer das as atividades do salão, que resolveu fazer um e que é revisado todo mês. Dentre as dificuldades encontradas, esta a falta de tempo para a vida pessoal e a dificuldade em encontrar profissionais qualificados no ramo, tendo como critério para contratação apenas por indicação e que o profissional tenha experiências anteriores. Ciente do fator concorrência, o que se destaca no seu salão diante dos demais da região é a qualidade na prestação do serviço.

A tabela a seguir mostra os dados pessoais das empresas pesquisadas

Tabela 01 – Caracterização da amostra

Nome	Idade	Gênero	Escolaridade	Motivação
Gustavo	45	Masculino	Sem superior	Necessidade

Henrique	31	Masculino	Superior Incompleto	Oportunidade

Fonte: os pesquisadores

Nesta próxima apresentamos os dados referentes às dificuldades encontradas, assim como informações sobre como é realizado o processo de contratação de funcionários.

Tabela 2 – Análise intercasos após coleta de dados

Nome	Principais dificuldades	Seleção de pessoas	Diferencial de cada empreendedor
Gustavo	Encontrar funcionários falta de tempo para a vida pessoal	Indicação	Tratamento diferenciado para as crianças
Henrique	Encontrar funcionários; Falta de tempo para a vida pessoal.	Indicação	Qualidade do serviço

Fonte: os pesquisadores

3.2.2 Principais dificuldades encontradas na pesquisa de campo

Durante a aplicação do questionário podemos observar que as empresas tem certo receio de passar as informações do seu empreendimento, pois não conseguimos identificar se por medo que essas informações sejam utilizadas futuramente contra eles. Encontramos muitas dificuldades para realizar a nossa pesquisa, muitos falaram que não podiam por falta de tempo outros porque tinham clientes a espera e olhavam para nós desconfiados. Nesses momentos não identificamos a famosa recepção brasileira, lembrando que isso não ocorreu em todos os salões em que aplicamos a pesquisa, tiveram aqueles que responderam a nossa pesquisa durante os seus afazeres diários e que em alguns momentos pararam um instante para pensar na resposta. A pesquisa foi aplicada em locais indicados por amigos e conhecidos devido as nossas dificuldades. Nos bairros as pessoas normalmente têm um pouco mais de tempo e alguns param o que faziam para nos oferecer toda a atenção possível naquele momento.

- A fim de identificar melhor o perfil do empreendedor que atua neste ramo, expandimos nossa pesquisa aplicando o mesmo questionário nas demais regiões centro, leste, oeste e norte totalizando 2 empreendimentos em cada parte da região metropolitana de São Paulo.

3.2.3 Análise dos resultados

Um sonho a ser realizado, não pode ser só uma simples idéia e necessário dedicação para alcançar as metas pré-estabelecidas. Segundo Kant um cientista difere-se de um metafísico, por que este elabora uma teoria enquanto cientista elabora e comprova através de pesquisas, experimentos e estudos sua teoria.

Percebeu se em alguns casos nesta pesquisa ao observamos e questionarmos os empreendedores, que estes indivíduos ao terem a necessidade de abrir seu próprio negócio, tiveram que utilizar suas habilidades para conseguir suprir suas barreiras, o que faz lembrar que antes o pensamento empreendedor era apenas para atender as suas necessidades, haja vista que seu negócio surgia a partir da sua necessidade de uma renda

extra, e claro que com o tempo isso faz com que o pensamento se fortaleça e amadureça a ideia do empreendimento melhorando a qualidade dos produtos e serviços. Diferente do empreendedor por oportunidade onde encontra chance de abrir seu negócio, o que também encontramos em maior número em nossa pesquisa, é o que vem acontecendo em vários ramos no mercado. Encontrada uma necessidade de um lugar, uma região, de uma população, os empreendedores atuais aproveitam esta chance, o ensejo, a ocasião favorável, por mais que já tenha uma atividade ativa de certo seguimento, pode ser que possa ser melhorada, ou agregada a um serviço ou produto, a criatividade e inovação se tornam o diferencial sabendo do mercado concentrado que vai atuar.

Gestão de Pessoas – Para falarmos de gestão de pessoas primeiramente precisamos fala sobre liderança que segundo o professor Vinicius Oliveira Ribeiro *"... é a utilização da capacidade própria de influenciar o comportamento dos outros, ou seja, um líder é aquele que consegue convencer seus pares a acompanharem seus ideais, suas propostas..."* O líder para obter sucesso deve possuir habilidade de motivar os seus seguidores a atingirem determinados objetivos**.** O tema liderança foi objeto de estudo em varias escolas como a clássica, na literatura nos períodos barroco e romantismo. Temos 03 estilos de administração:

Autocrática – "o poder para si próprio" essa administração é exercida pelos monarcas, principalmente na época do absolutismo. Todas as decisões são tomadas pelo líder, nesse tipo de liderança a opinião dos demais funcionários não é levada em consideradas. Todas as rotinas, as divisões de tarefa são definidas unilateralmente.

Liberal – É o inverso da autocrática, ou seja, o líder possui o mínimo de participação. É a equipe quem tem autonomia de tomar as decisões.

Democrática – Nesse tipo de liderança a equipe é convidada a participar, porém o líder possui participação ativa, estimulando seus liderados na tomada de decisão.

O que podemos observar com as nossas pesquisas é que grande parte das pessoas que procurar abrir o seu próprio negócio já trabalharam para outras pessoas na área, podemos identificar que está ocorrendo uma falha na gestão de pessoas, pois os lideres muitas vezes não possuem um perfil de liderança adequado, com isso seus funcionários estão encontrando uma oportunidade de abrir seu próprio negócio.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho podemos concluir que a mortalidade das empresas está ligada a alguns fatores como falta de planejamento inicial e gestão qualificada, recrutamento e seleção de funcionários e falta de tempo para a vida pessoal.

A maioria dos entrevistados fez a abertura de seu negócio quando enxergaram uma oportunidade de ter a sua independência financeira declarada, trabalhando para si puderam trazer inovações para suas atividades diárias para fidelizar o seu cliente sabendo que a melhor propagando é o boca a boca. Hoje com o crescimento da economia o ramo da beleza vem ganhando destaque, pois as pessoas sempre querem estar bonitas. Aqueles que iniciaram seu negócio por uma necessidade de ter uma renda extra muitas vezes não tinha uma visão do mercado, ou seja, em desvantagem daquele

que abre por oportunidade. Não atentos as mudanças do mercado muitas vezes é o que leva a mortalidade dos empreendimentos neste ramo porque a concorrência é grande e o cliente é quem detém o poder de escolha e o mesmo vai optar por aquele que melhor vai atender as suas necessidades.

Identificamos que a maior dificuldade é a falta de tempo para vida pessoal. Isso ocorre devido à falta funcionários qualificados e com experiência na área, pois muitos destes funcionários estão encontrando uma oportunidade de abrir o seu próprio negocio. Com isso o número de salões está muito grande e concentrado gerando uma forte concorrência. Para se ter uma idéia em um dos locais pesquisados o do Gustavo na zona sul encontramos 09 salões em menos de 01 km percorrido.

Para lidar com a concorrência a maioria não desenvolve um plano de ação elaborado para se destacar na região. Para eles o diferencial é o atendimento com os clientes e a forma de pagamento facilitada e assim fideliza o seu cliente que na maioria das vezes indica para amigos, parentes ou conhecidos, que neste ramo é a melhor propaganda visto que as pessoas têm que confiar no cabeleireiro para cuidar dos seus cabelos, pois o rosto é o cartão de visitas de qualquer pessoa.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEBRAE – SP. Disponível em http://www.sebraesp.com.br/index.php/component/content/article/23-noticias/comercio-e-servicos/7485-brasil-ja-ocupa-o-terceiro-lugar-em-consumo-de-produtos-de-beleza. Acesso em: 25/06/2013

http://www.sebraesp.com.br/index.php/component/content/article/166-produtos-acesso em 25/06/2013.

Acesso em: http://custosgerenciais.com.br/arquivos/19.pdf dia 06-11-2012

http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf1 8-10-2012

Vitorino, Licoln Sideney e Domingues, R. M.Helena Lucia Pequenas Empresas Grandes Desafios.

C. K. Prahalad, ChristoperBarlett, Gary Hamel, George Stalk Jr., Henry Mintzberg, Kenichi Ohmae, SumantraGhoshal, Theodore Levitt etc. Estratégia A Busca da Vanttagem Competitiva Ed. Campus

http://www.sebraesp.com.br /index.php /component /content/ article/ 166-produtos-online/legislacao/publicacoes/artigos/6832-pelga dia 27-11-2012

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003461220070004000009&script=sci_arttext&tlng=e!n

SPEKMAN, R. E.; FORBES, T. M.; ISABELLA, L.A.; MaCAVOY, T. C. Alliance management: a view from the past and look to the future, **Journal of Management Studies**, v. 35 n. 6, p. 747-72. 1998.

Revistas Pequenas Empresas & grandes Negócios- Editora globo – Edição março 2013 290

AMIT, R. Chalenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. Journal of Management Studies. Usa, n.30, v.5, 1993. BRAUDEL, Fernand. *A Dinâmica do Capitalismo. Rio de Janeiro: Rocco, 1987*