

Capacitação de empreendedores: uma forma de evitar a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas

Rodrigo Carlos Marques Pereira

UFF

rodrigocmp@gmail.com

Priscila Aparecida Sousa

UFF

pri_uff_adm@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar a importância da capacitação dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas (MPE) como um dos fatores que leva a redução da taxa de mortalidade precoce nos primeiros anos de existência destas empresas. Para isso primeiramente busca-se definir os conceitos de MPE, empreendedorismo e capacitação empreendedora através de uma pesquisa bibliográfica sobre os temas relacionados. Para se entender melhor o funcionamento de tais empresas deve-se levar em conta o perfil de seus proprietários, pois conforme observado por Dolabela (2006) estas empresas são feitas a imagem dos empreendedores que as criaram. Por isso é de extrema importância a capacitação dos mesmos para a manutenção e sobrevivências destas empresas, pois, conforme as idéias de Drucker (1984, a empresa deve existir além do período de vida de seu fundador contribuindo com suas obrigações para a sociedade.

Palavras-chave: Micro e Pequena Empresa (MPE). Empreendedorismo. Capacitação.

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPE's) representam 98,9 % do total de empresas no país, sendo que, destas, 22% decretam falência antes dos dois primeiros anos de existência (SEBRAE, 2007).

Visto este cenário cabe ao gestor estar bem preparado e capacitado para lidar com os fatores macro e microeconômicos, tendo conhecimento das práticas de gestão necessárias e domínio sobre finanças, vendas, produção, além de uma estratégia de planejamento para diversos tipos de cenários.

A capacitação através de cursos específicos destinados aos empreendedores, com métodos de ensino prático que remetem a realidade do mercado e das empresas, com estudos de caso, atividades práticas e dinâmicas, são de grande auxílio para quem deseja ou já possui uma MPE, e quer se manter competitivo e aumentar as chances de sucesso de sua empresa. O SEBRAE assim como outras instituições auxilia nesse processo, ofertando cursos que ensinam aos empreendedores os instrumentos de gestão necessários para se abrir uma empresa e mantê-la com sucesso, contribuindo pra reduzir as chances de mortalidade nos primeiros anos.

Por estas razões, o objetivo deste trabalho consiste em apresentar a capacitação e formação dos empreendedores de MPE's como um dos fatores determinantes para alcançar o sucesso e evitar a mortalidade destas empresas nos primeiros anos de existência.

2. METODOLOGIA

Conforme Lakatos e Marconi (2005, p.83), o método “é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões na pesquisa”.

Para alcance do objetivo inicial deste artigo, a pesquisa foi desenvolvida através de pesquisa descritiva, bibliográfica e documental relacionada ao tema. A pesquisa bibliográfica serviu para apresentar definições sobre os principais conceitos, através do uso de literatura de autores renomados, além da utilização de revistas e sites especializados no assunto.

Segundo Larosa e Ayres (2005, p.35), a pesquisa descritiva “permitem ao pesquisador observar e registrar fatos cotidianos, perfis de grupos, opiniões, dogmas etc. Após a análise dos registros obtidos é possível ao pesquisador efetuar a correlação dos fatos observados, definir o que aconteceu, como, quando e onde ocorreu.”

De acordo com Cervo (1983, p. 55) a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Segundo Lakatos e Marconi (2005, p.185), “a pesquisa bibliográfica abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao estudo e com a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que já foi dito sobre determinado assunto”. Desta forma, o referencial teórico deste trabalho aborda a caracterização das micro e pequenas empresas, as principais causas de mortalidade e as formas de capacitação destes empresários.

A pesquisa documental também é necessária, pois representa o melhor entendimento do estudo em questão além do levantamento bibliográfico e para corroborar evidências coletadas por outros instrumentos e fontes, possibilitando a confiabilidade de achados, conforme as idéias de Martins (2006).

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Com o crescente número de MPE no Brasil, cerca de 100 % do total de empresas em 2007 (de acordo com dados do SEBRAE), torna-se cada vez maior o interesse sobre tais instituições que hoje faturam R\$ R\$ 5,1 bilhões e ocupam 1,9 milhões de pessoas entre sócios e empregados (IMPE / SEBRAE, 2009). Mas apesar destes fatores, ainda há pouca literatura sobre o assunto e a definição e classificação de tais empresas ainda é controversa.

Para efeito de estudos e pesquisas, o SEBRAE utiliza o critério de classificação de porte segundo o número de empregados da empresa, sendo: 1) microempresas: na indústria e na construção civil – até 19 empregados; e no comércio e serviços – até nove empregados; 2) pequena empresa: na indústria e na construção civil – de 20 a 99 empregados; e no comércio e serviços – de 10 a 49 empregados. (SEBRAE, 2007)

O Simples Nacional e o Art. 3º da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas classificam as MPE de acordo com sua formação jurídica e seu faturamento anual, sendo que a Microempresas (ME) é o empresário individual (antiga firma individual) a que se refere o artigo 966 do Código Civil Brasileiro, a sociedade empresaria (comercial) ou a sociedade simples (civil) que em cada ano tenha receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00. Já

as empresas de pequeno porte (EPP) é o empresário (antiga firma individual) a que se refere o artigo 966 do Código Civil Brasileiro, a sociedade empresaria (comercial) ou a sociedade simples (civil) que obtenha, em cada ano, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00. (CARTILHA SIMPLES NACIONAL, 2008 p. 7; LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA, 2006)

Além da classificação adotada pelo Simples Nacional e a Lei geral das MPE, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Sustentável (BNDES), órgão de financiamento, também classifica o porte de tais empresas de acordo com a receita anual, diferenciando apenas no que diz respeito aos valores auferidos. Sendo que para as Microempresas a receita operacional bruta anual ou anualizada deve ser inferior ou igual a R\$ 1.200.000. Já as pequenas empresas devem possuir receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 1.200.000 e inferior ou igual a R\$ 10.500.000 (BNDES Carta Circular nº 64/2002). Tais classificações podem ser comparadas na Tabela 1:

Tabela 1. Classificação das Empresas quanto ao Porte

Instituição	Classificação quanto ao Porte da Empresa			
	Microempresa		Pequena Empresa	
SEBRAE	Setor	Quantidade de Funcionários	Setor	Quantidade de Funcionários
	Indústria e Construção Civil	Até 19 empregados	Indústria e Construção Civil	De 20 a 99 empregados
	Comercio e Serviço	Até nove empregados	Comercio e Serviço	De 10 a 49 empregados
Simples Nacional e Lei Geral das MPE	Tipo Jurídico	Faturamento	Tipo Jurídico	Faturamento
	<ul style="list-style-type: none"> • Empresário individual; • Sociedade empresaria (comercial); • Sociedade simples (civil). 	Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Empresário individual; • Sociedade empresaria (comercial); • Sociedade simples (civil). 	Receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00
BNDES	Faturamento		Faturamento	
	Receita operacional bruta anual ou anualizada inferior ou igual a R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil Reais)		Receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil Reais) e inferior ou igual a R\$ 10.500 mil (dez milhões e quinhentos mil Reais)	

Fonte: Elaborado pelos autores

Pode-se notar a partir do que foi apresentado anteriormente que os tipos de classificações dadas as MPE diferem-se quanto ao numero de empregados (classificação adotada pelo SEBRAE), o tipo jurídico e faturamento anual (Simples Nacional e Lei Geral), e a receita operacional anual (BNDES). Estas diferenças podem ser atribuídas às finalidades com que essas instituições pretendem interagir com tais empresas. Pode-se observar que o SEBRAE é uma instituição de apoio e incentivo as micro e pequenas empresas e busca auxiliar gestores e empreendedores oferecendo apoio e capacitação aos mesmos desde a abertura, legalização e manutenção destas empresas, adotando em sua classificação a quantidade de pessoas ocupadas na empresa de acordo com o setor. Já o Simples Nacional e a Lei Geral oferecem apoio as MPE no que diz respeito à legalização e tributação destas empresas, classificando-as então pelo faturamento e tipo jurídico. E por fim o BNDES, órgão

financiador, que visa o desenvolvimento de tais empresas para o crescimento econômico e a geração de riquezas para o país, classifica as MPE de acordo com a receita operacional bruta anual, estipulando valores superiores aos usados pelo Simples Nacional e a Lei Geral, como uma garantia de retorno aos empréstimos.

Portanto apesar do crescente número de MPE e sua importância para a economia, ainda há poucos estudos e interesse pelo tema que deve ser evidenciado devido às dificuldades e altas taxas de mortalidade encontradas por tais empresas.

3.2. FATORES DE MORTALIDADE DAS MPE

Como apontado pela pesquisa Fatores Condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, realizada pelo SEBRAE (2007), apesar do índice de mortalidade das MPE vir diminuindo ao passar do tempo, de 49,4% em 2002 para 22,0 % em 2005, no Brasil esse índice ainda é bem significativo, principalmente quando se trata do estágio inicial do negócio (os primeiros dois anos de existência), devendo o empreendedor atentar quais os principais fatores que levam a empresa à falência.

Drucker (1984) observa que o sucesso pode não ser permanente. Pois as empresas são criações humanas desprovidas de permanência real, devendo estas sobreviverem além do período de vida de seu fundador, prestando a contribuição que deve a economia e a sociedade. O autor finaliza dizendo que: “Perpetuar a empresa é tarefa básica que cabe ao espírito empreendedor – e a capacidade de consegui-lo pode muito bem constituir o teste mais definitivo para sua administração”.

Como citado por Chiavenato (2008, p. 15), “nos novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois os riscos são inúmeros e os perigos não faltam.” Diante disso ele aponta algumas possíveis causas de mortalidade nas empresas, apresentadas na Tabela 2:

Tabela 2. As causas mais comuns de falhas no negócio

Inexperiência- 72 %	Incompetência do empreendedor Falta de Experiência de campo Falta de experiência profissional Experiência desequilibrada
Fatores econômicos - 20 %	Lucros insuficientes Juros elevados Perda de mercado Mercado consumidor restrito Nenhuma viabilidade futura
Vendas Insuficientes - 11 %	Fraca competitividade Recessão econômica Vendas Insuficientes Dificuldade de estoques
Despesas excessivas - 8 %	Dividas e cargas demasiadas Despesas operacionais
Outras causas - 3 %	Negligencia Capital insuficiente Clientes insatisfeitos Fraudes Ativos insuficientes

Fonte: Chiavenato (2008, p.15)

Portanto Dornelas (2005, p. 18) afirma que :

[...] entendendo melhor como ocorre o processo empreendedor , seus fatores críticos de sucesso , espera-se que essa estatística , ainda preocupante , seja gradativamente alterada, por meio a ação de técnica e métodos comprovadamente eficientes e

destinado a auxiliar o desenvolvimento e a maturação das pequenas empresas brasileiras.

3.3. EMPREENDEDORISMO

3.3.1. CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

O termo Empreendedorismo vem sendo usado freqüentemente, tanto no meio acadêmico, quanto no meio empresarial, e muitas das vezes empregado de forma inadequada descaracterizando seu conceito.

A partir do século XX o empreendedorismo começou a despertar o interesse acadêmico e ser estudado de maneira sistemática, interessando-se pelo tema os economistas que viam na capacidade empreendedora a mola que impulsionava a economia e promovia inovações; os psicólogos e sociólogos buscando encontrar as razões psicológicas que levam determinadas pessoas a terem comportamentos empreendedores e compreender como o ambiente social poderia promover tais ações; e por fim os administradores que viam na capacidade empreendedora um elemento essencial para a sobrevivência das empresas. (MARIANO, 2008)

Segundo Dornelas (2005) o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil e começou a ser estudado com maior interesse no final da década de 1990. O autor descreve que tal preocupação com o tema deve-se à criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos.

Para Dolabela (2006) o empreendedorismo não é um tema recente e existe desde sempre sendo da natureza humana inovar. Segundo o autor o termo deriva da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, que contem as idéias de iniciativa e inovação, implicando numa forma de ser, uma concepção com o mundo, uma forma de se relacionar. Dolabela (2006) cita ainda que o empreendedorismo não é uma ciência, mas é uma das áreas em que mais se pesquisa e publica, não existindo ainda paradigmas e padrões estabelecidos podendo muita coisa ainda ser dita sobre o assunto.

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2009 p.134), Empreendedorismo é: “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.”

Levando em consideração tais conceitos Dornelas (2005) declara que o momento atual pode ser chamado de a **“era do empreendedorismo”**, pois os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distancias, renovando conceitos, quebrando paradigmas e gerando empregos e riqueza para a sociedade.

3.3.2. O EMPREENDEDOR

Para Dornelas (2005, p. 21) “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem se reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.”

Segundo Chiavenato (2008) o termo empreendedor - do francês *entrepreneur* - significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O empreendedor não é somente aquele que constrói uma empresa ou inicia um novo negocio, mas sim a pessoa que inicia e/ou opera um negocio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. São o motor da economia, aquele que busca e

sabe avaliar as oportunidades, ou seja o espírito empreendedor esta presente em todas as pessoas que se propõe a assumir riscos e inovar continuamente.

De acordo com Dolabela (2006, p. 25) o empreendedor é um ser social e um fenômeno local. Sendo este produto do meio em que vive, pois se o ambiente em que estiver inserido o ato de empreender for visto como algo positivo, o individuo terá mais motivação para criar seu negocio, sendo assim poderá haver regiões mais empreendedoras que outras, variando de lugar para lugar.

Filion(1999, p. 12) diferencia o empreendedor do gerente da seguinte maneira:

Gerentes e pequenos empresários buscam atingir metas e objetivos a partir dos recursos disponíveis, dentro de uma estrutura predefinida ou copiada. Os empreendedores por outro lado, gastam boa parte de seu tempo imaginando aonde querem chegar e como farão para chegar lá. De alguma forma, os empreendedores são detectores de espaços de mercado e criadores de contextos.

A partir das idéias de Fillion (1999) e a visão da administração sobre o empreendedorismo apresentado por Dornelas (2005), nota-se que apesar de ser muitas das vezes confundido com o administrador ou gerente, o empreendedor possui características que vão além, tais como a capacidade de criar e inovar e a vontade de ser independente e possuir seu próprio negocio, criando valor para a sociedade e não apenas reproduzindo o que foi feito. Portanto, também pode-se perceber a mesma idéia, com as palavras de Dolabela (2006, p.7), onde menciona que “não se considera empreendedor alguém que, por exemplo, adquire uma empresa e não introduza nenhuma inovação (quer na forma de vender, quer na produção ou maneira de tratar os clientes), mas somente gere o negocio”.

3.3.3. PERFIL EMPREENDEDOR

Maximiano (2006) apresenta as seguintes características do perfil empreendedor: Criatividade e capacidade de implementação; Disposição para assumir riscos; Perseverança e Otimismo e Senso de Independência, de acordo com a Figura 1:

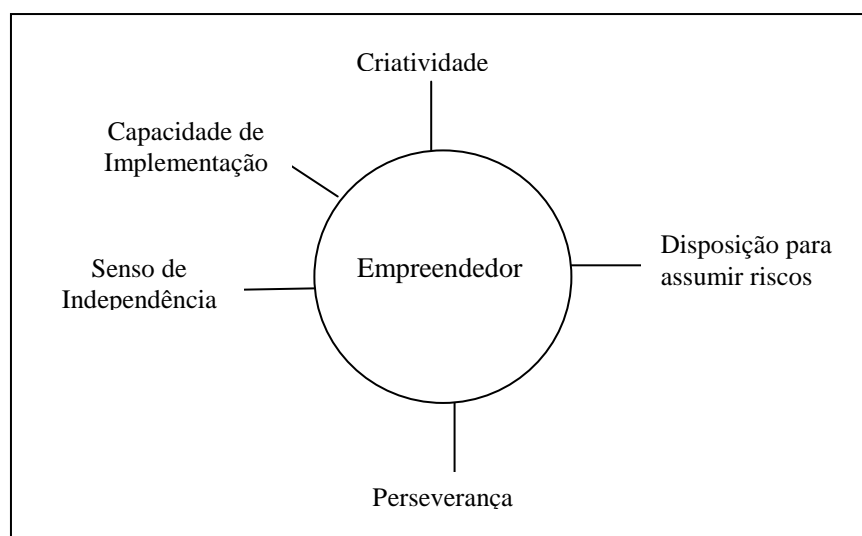


Figura 1. Principais traços de comportamento empreendedor

Fonte: Maximiano (2006, p.4)

Ainda sobre o perfil empreendedor Chiavenato(2008) aponta 3 características básicas que identificam o “espírito empreendedor” que são: a necessidade de realização; a disposição para assumir riscos; e a autoconfiança. Sendo que nem todos que se tornam empreendedores possuem tais características podendo ter ingressado em novos negócios e iniciado uma empresa por outras razões alheias a sua vontade e ao tipo de comportamento. Como cita Chiavenato *op. cit.* ao referir-se sobre as idéias de Knigth que identificou vários fatores ambientais que encorajaram ou impulsionaram as pessoas a iniciarem seu próprio negocio rotulando tais empreendedores como “refugiados” (refugiados estrangeiros, corporativos, dos pais, do lar, feministas, sociais e educacionais) sendo influenciado por circunstâncias adversas e fatores não-comportamentais.

3.4. CAPACITAÇÃO DE EMPREENDEDORES

De acordo com Mariano (2008) existem vários mitos sobre empreendedores e empreendedorismo, que surgiram devido à ausência de pesquisas científicas mais aprofundadas sobre o tema. Dentre eles o autor apresenta um citado por Kuratko e Hoodgestss, onde diz que “empreendedores nascem feitos, não são feitos”, sendo que na verdade algumas características podem ser associadas aos empreendedores, como iniciativa, capacidade de correr riscos, etc. Porém, com o entendimento de empreendedorismo como uma disciplina, este mito vem se desfazendo, pois, o empreendedor se desenvolve por meio de acúmulo de habilidades, know-how, experiências e contatos, podendo qualquer pessoa apreender as competências necessárias para se tornar um empreendedor, sendo possível a capacitação e o aprendizado desta disciplina.

Dornelas (2005) atenta para o fato de que alguns anos atrás pessoas que não possuíam o perfil empreendedor eram desencorajadas a empreender, pois estavam fadadas ao fracasso. Porém com a popularização do tema e os diversos estudos realizados nesta área, hoje se percebe que isso não passa de mais um mito sobre empreendedorismo. Ainda segundo Dornelas (2005, p. 40):

(...) o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negocio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento.

Para Fillion (1999 p. 16) empreendedores de sucesso nunca param de aprender. O autor cita Collins e Moore com uns dos primeiros que identificaram isto como uma das características mais marcantes dos empreendedores bem-sucedidos. Fillion diz que:

A aprendizagem, a aquisição e a expressão de *know-how* gerencial e técnico tornam-se o modo de vida dos empreendedores de sucesso. Trata-se de uma forma continua de *monitoração-reflexão-gestão* do que está acontecendo. Isso conduz à correção, ao ajuste e à melhoria do que é feito e de como é feito. Os empreendedores são incentivados a aprender por sua visão, o que também lhes ajuda a estabelecer diretrizes pra aquilo que precisam aprender. Enquanto continuam a aprender, os empreendedores continuam a ter sucesso.

Diferente do aprendizado em outras áreas em que se busca a resposta certa, a grande virtude do empreendedor é a capacidade de formular as perguntas pertinentes, que geralmente não apontam para uma só verdade, para uma única “resposta certa”, mas para vários caminhos e diferentes alternativas. (DOLABELA, 2006 p. 54)

3.4.1. POR QUE ENSINAR EMPREENDEDORISMO?

Dolabela (2006, p. 51) cita 10 razões para se ensinar empreendedorismo, que são:

- *Alta taxa de mortalidade infantil das empresas;*
- *Mudanças na relação de trabalho;*
- *Exigência por parte das empresas de um alto grau de empreendedorismo, tanto para os empregados, quanto para gestores;*
- *Metodologia atual inadequada para formar empreendedores;*
- *Distanciamento das instituições de ensino dos “sistemas de suporte” (empresas, órgãos públicos, financiadores, etc.);*
- *falta de cultura empreendedora;*
- *A percepção da importância da PME (Pequena e Media empresa) para o crescimento econômico ainda é insuficiente;*
- *Cultura da grande empresa ainda predominante no ensino;*
- *Preocupação com os aspectos éticos que envolvem as atividades do empreendedor na sociedade e na economia;*
- *E por ultimo a cidadania e o comprometimento do empreendedor com o meio ambiente e a comunidade.*

De acordo com Dornelas (2005) o contexto atual é propício para o surgimento de um numero cada vez maior de empreendedores, sendo este um motivo para a capacitação dos mesmos ter se tornado prioridade em diversos países, inclusive no Brasil, com a crescente preocupação de escolas e universidades a respeito do assunto, por meio da criação de cursos e matérias específicas de empreendedorismo.

Segundo Filion (1999 p. 11) “Quanto mais completo for o conhecimento do empreendedor e, ainda, sua imagem e entendimento de um setor de negócios, tanto mais realista será sua visão”. O autor ainda cita a capacidade intelectual e o nível de instrução do empreendedor, a posição ocupada quando a informação foi adquirida e a razão dessa aquisição, o quanto o empreendedor conhece o setor e, finalmente, o tempo gasto para se inteirar sobre o setor, como fatores relevantes para a formação do processo empreendedor.

3.4.3. CURSOS E TIPOS DE CAPACITAÇÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor não é uma ilha isolada no oceano. Por meio de sua rede de contatos, ele deve identificar os melhores profissionais e entidades para assessorá-lo. (DORNELAS, 2005 p. 195)

Para Dolabela (2006) o empreendedorismo, em termos acadêmicos, é um campo muito recente, com poucas décadas de atividade. Mas os cursos nessa área têm-se multiplicado com uma velocidade incrível. Em 1975, nos EUA, havia cerca de cinquenta cursos. Hoje empreendedorismo é tema indispensável em universidades escolas de 2º grau.

Segundo Dornelas (2005, p. 40) “Deve-se entender quais são os objetivos do ensino de empreendedorismo, pois os cursos podem diferir de universidade para universidade ou escola técnica.” Diante das características que os cursos sobre empreendedorismo devem possuir Dornelas (2005, p.40) aponta as seguintes:

Qualquer curso de empreendedorismo deveria focar: na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor; na identificação e análise de oportunidades; em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; em como preparar e utilizar um plano de negócios; em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio; e em como gerenciar e fazer a empresa crescer.

Dornelas (2005) ainda destaca que tão importante quanto conseguir o financiamento inicial para o começo do negócio, são as assessorias que ajudarão o empreendedor a ultrapassar a primeira e, em geral, a mais difícil fase do empreendimento: a da sobrevivência.

Diante de tais aspectos, se destacam algumas instituições para apoio e capacitação aos empreendedores que desejam obter suporte para um negócio novo ou já estabelecido:

a) Universidades e Centros de Pesquisa

O empresário brasileiro não tem o hábito de recorrer às Universidades e institutos de Pesquisa para obter assessoria e auxílio para as suas empresas, devido a alguns fatores como a falta de divulgação e o desconhecimento dos serviços prestados por estas instituições (muitas vezes gratuitos), o medo de parecerem despreparados e “ignorantes” por considerarem seus problemas “pequenos” e de “fácil solução” (quando muitas das vezes não são), e por acharem que o atendimento em tais instituições são morosos e ineficazes na solução das dificuldades encontradas em sua empresa.

Porém tais instituições dispõem de professores e alunos (no caso de empresas juniores) capacitados para prestar o atendimento necessário aos micro e pequenos empresários que possuem ou desejam iniciar uma empresa, através de consultorias e auxílio nas áreas de finanças, gestão de pessoas, marketing, dentre outras, e na elaboração do plano de negócios e análise de mercado e viabilidade do negócio.

Portanto torna-se uma alternativa de baixo custo e boa qualidade para as pequenas empresas, sendo que no Brasil existem mais de 600 empresas juniores em diversos ramos de atividades, prestando consultorias com baixo custo ou gratuitas. A Federação das Empresas Juniores de São Paulo (FEJESP) disponibiliza em seu site uma lista com o cadastro de todas as empresas juniores do país. (DORNELAS, 2005)

b) Instituto Empreender Endeavor

O Instituto Empreender Endeavor é uma entidade internacional sem fins lucrativos que atua no suporte ao empreendedorismo em países em desenvolvimento. Essa entidade chegou ao Brasil em 2000 e já auxilia muitos empreendedores brasileiros. Sua missão é eliminar os fatores que tem limitado o surgimento de empreendimentos inovadores. Entre esses fatores estão: a dificuldade de acesso ao capital, a desinformação e a carência de serviços de suporte qualificados. Outro ponto bastante explorado pelo Endeavor é apoiar o desenvolvimento de modelos de empreendimentos de sucesso no Brasil, que possam servir de referência para futuros empreendedores. (INSTITUTO EMPREENDER ENDEAVOR, 2009)

Suas atividades principais são:

- Identificar e desenvolver empreendedores, assistindo-os na estruturação, no

planejamento e no aprimoramento de seus negócios e na busca por capital e parceiros estratégicos;

- Criar exemplos educativos de empreendedorismo ajudando a criar outras histórias de sucesso;
- Promover o interesse de investidores locais por empresas empreendedoras, criando fóruns que promovam a aproximação entre eles;
- Formar alianças com universidades e instituições de apoio a empreendedores, a fim de estabelecer programas duradouros que disseminem a prática do empreendedorismo no país.

c) SEBRAE

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. A instituição foi criada em 1972, visando estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos micro e pequenos negócios do país. Todas as ações, projetos, produtos e serviços da instituição têm em consideração que apenas a cultura do aprendizado e do uso do conhecimento pode garantir uma gestão competitiva, eficiente e moderna. Além de utilizar diversos produtos, como cursos, consultorias, treinamentos, palestras, seminários, eventos e publicações, entre outros, acessível para as micro e pequenas empresas. (SEBRAE, 2009)

d) Programa Brasil Empreendedor

Em 1999, diante da identificação de uma demanda crescente por mecanismos estruturantes, com vistas à sustentabilidade dos micro, pequenos e médios empreendimentos e à diminuição do alto índice de mortalidade desse segmento empresarial, à geração e à manutenção de postos de trabalho e renda, foi lançado, em cinco de outubro, pelo Governo Federal, o Programa Brasil Empreendedor (PBE), com o objetivo de fortalecer o desenvolvimento das micro, pequenas e médias empresas, buscando-se a inserção dos empreendedores no setor formal da economia, bem como o surgimento de novos negócios.

Esse Programa tem abrangência nacional, envolve a coordenação e a articulação de diversas ações e programas de agentes públicos e privados, caracterizado como um Plano de Ações Integradas do Governo Federal, que tem como eixos principais a capacitação, o crédito e a assessoria empresarial.

A capacitação é dirigida para aquele que gerencia efetivamente o empreendimento, seja o proprietário do negócio ou o funcionário responsável pela sua condução, e pretende trazer ao empreendedor informações gerenciais básicas para auxiliá-lo na condução e avaliação de seu negócio e na decisão de obtenção de crédito. O maior objetivo da capacitação é tornar o empresário capaz de avaliar previamente a real possibilidade de honrar os compromissos e de consolidar o seu empreendimento. Pois a capacitação prevê orientação para a elaboração do Plano de Negócios, necessário para a obtenção do crédito e para a adequada aplicação dos recursos. (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 2009)

Por fim Dolabela (2006) aponta que a metodologia do ensino do empreendedorismo reproduz na sala de aula a forma como o empreendedor aprende na realidade, em sua empresa: solucionando problemas, trabalhando e criando sob pressão, interagindo com os pares e outras pessoas, promovendo trocas com o ambiente, aproveitando oportunidades, copiando outros empreendedores, aprendendo com os próprios erros.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme observado neste trabalho através da revisão de literatura, nota-se que, no Brasil, apesar da taxa de mortalidade precoce das MPE vir diminuindo com os anos, esta ainda é bastante preocupante, visto que as MPE representam a maioria das empresas constituídas no país, contribuindo para a geração de renda e desenvolvimento econômico.

Devido a este fato deve-se atentar para as causas que levam à falência destas instituições nos primeiros anos de existência como observado por Chiavenato (2008) e os tipos de medidas cabíveis para evitá-las. Neste caso vale destaca-se a capacitação empreendedora como um dos métodos eficazes para se evitar este mal que afligi todos aqueles que possuem ou desejam iniciar seu próprio negócio.

Pois é através do conhecimento das técnicas de gerenciamento, do mercado e do próprio negócio que os empreendedores podem alcançar o sucesso evitando falhas que possam ocorrer caso não se tenha o preparo e a capacitação suficiente para lidar com as turbulências que o mercado apresentar.

Porém, no Brasil os programas de capacitação ainda são bastante incipientes e pouco divulgados, apesar da existência de instituições como o SEBRAE, Instituto Empreender Endeavor, empresas juniores de diversas Universidades e de medidas adotadas pelo governo como o Programa Brasil Empreendedor, dentre outros, estes ainda abrangem uma parcela muito pequena de empreendedores, que de acordo o relatório Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil (GEM, 2008), 52,6% dos empreendedores de empresas nascentes preferem procurar auxílio com amigos e parentes contra 15,8% que buscam auxílio com um serviço de orientação para negócios.

Com base no que foi observado na literatura nota-se a grande importância da capacitação de empreendedores das MPE como uma forma de evitar a mortalidade precoce destas empresas conforme as idéias de Dornelas (2005) onde diz que o contexto atual é propício para o surgimento de um número cada vez maior de empreendedores, sendo este um motivo para a capacitação dos mesmos ter se tornado prioridade em diversas instituições. O autor ainda destaca que tão importante quanto conseguir o financiamento inicial para o começo do negócio, são as assessorias que ajudarão o empreendedor a ultrapassar a primeira e, em geral, a mais difícil fase do empreendimento: a da sobrevivência.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. Administração: novo cenário competitivo. 2.ed. São Paulo : Atlas, 2006.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E SOCIAL Carta Circular nº 64/2002. Rio de Janeiro, 14 de outubro de 2002. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/produtos/download/02cc64.pdf> > Acessado em: 19 mai. 09.

CERVO, Amado Luiz; Bervian, Pedro Alcino. Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários. 3.ed. São Paulo : McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em Negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

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

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas (RAE), São Paulo, v.39, n.4, out./dez. 1999.

INSTITUTO EMPREENDEUR ENDEAVOR. 2009. Disponível em: <
<http://www.endeavor.org.br/> > Acessado em: 25 de mar 09.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. Fundamentos da metodologia científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LAROSA, Marco Antonio; AYRES, Fernando Arduini. Como produzir uma monografia. 6.ed. Rio de Janeiro: Wak Editora, 2005.

LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA. 2006. Disponível em <
http://leigeral.sp.sebrae.com.br/publicacoes/apresentacao_lei_geral_supersimples.pdf >
Acessado em: 25 de mar 2009.

MARIANO, Sandra R. H. Empreendedorismo e inovação: criatividade e atitude empreendedora/ Sandra RH Mariano; Verônica Feder Mayer – Rio de Janeiro. Fundação CECIERJ, 2008.

MARTINS, G.A. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

MAXIMIANO, Antonio Cezar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR
disponível em <
<http://www2.desenvolvimento.gov.br/arquivo/sdp/proacao/probraempreendedor/resultados/etapa1/capacitacao/Etapa1CapacitacaoDistribuicaoNacional.pdf> > Acessado em: 25 mar 09.

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL. Cartilha Simples Nacional. Disponível em:<
<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/cartilha/CartilhaSimplesNacional.pdf>>Acessado em: 18 mai 09.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS. 2008. GEM : Global Entrepreneurship Monitor : empreendedorismo no Brasil 2008 disponível em :<
[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)> Acessado em: 06 abr 09.

_____. 2007. *Fatores Condicionantes e taxa de sobrevivência e mortalidades das micro e pequenas empresas no Brasil: 2003-2005*. Disponível em: <
[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf) > Acessado em: 25 mar 09.

_____. 2009. Disponível em: <
http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/integra_bia?ident_unico=1129 > Acesso em :
19 mai 09.