



OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO NA GRANDE BELÉM

THE CHALLENGES OF ENTREPRENEURSHIP IN GREATER BELÉM

Antônio Renato Bezerra NORONHA
Universidade da Amazônia (UNAMA)
E-mail: renoronhab@yahoo.com.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3762-8403>

Kátia Regina Matos BATISTA
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Estado do Pará (IFPA)
E-mail: katya.batista@ifpa.edu.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0025-8699>

Josy Cristiane Brabo MONTEIRO
Faculdade Estácio Ananindeua (ESTÁCIO)
E-mail: josyjomonteiro@gmail.com

RESUMO

O movimento empreendedor expressa diversos negócios para a sociedade. Sejam empreendedores por necessidade ou por oportunidade são pessoas que possuem diversos desafios a serem superados em suas atividades. Embora, o aumento na estatística sobre o do empreendedorismo a nível Brasil, mas, empreender não é uma tarefa tão fácil. Esse estudo tem como objetivo identificar as principais dificuldades do empreendedorismo na região metropolitana de Belém. Além da revisão sistemática da literatura, aplicou-se um questionário Survey com 49 respondentes na grande Belém. Dentre as principais dificuldades destacam-se a falta de qualificação, ausência de crédito, falta de conhecimento e gestão financeira.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Dificuldades. Negócios. Oportunidade.

ABSTRACT

The entrepreneurial movement expresses different businesses for Society. Whether they are entrepreneurs by necessity or by opportunity, they are people who have several challenges to overcome in their activities. Although there are statistics on the growing demand for entrepreneurship in Brazil, becoming an entrepreneurship in the metropolitan region of Belém. In addition to the systematic literature review, a survey questionnaire was Applied to 49 respondents in greater Belém. Among the main

difficulties, the lack of qualifications, absence credit, lack of knowledge and financial management.

Keywords: Entrepreneurship. Difficulties. Business. Opportunity.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de uma região e de uma nação é significativamente influenciado pelo empreendedorismo, por gerar avanços econômicos e sociais que melhoram a qualidade de vida da população, vários governos o incluíram em suas políticas nas últimas décadas (Baggio; Baggio, 2015). O desenvolvimento econômico de um país passa pelo crescimento e desenvolvimento dos empreendedores (Noronha, 2022).

É possível perceber que o empreendedorismo brasileiro é atraente, com expectativas favoráveis; está em alta, e as pessoas estão encontrando um caminho que, em alguns casos, se transforma em viver em superação em condições adversas (Sanches, 2018).

As possibilidades de explorar o potencial do país como empreendedor são enormes, porque o Brasil é um país com dimensões continentais, diversidade e riquezas culturais sempre em ascensão (Sosnowski, 2018).

No Brasil, por causa do aumento de trabalhadores desempregados em empregos formais, o crescimento das atividades empreendedoras no Brasil tornou-se a única opção para muitas pessoas (Global Entrepreneurship Monitor, 2019). A População brasileira está envolvida exercendo algum tipo de atividade empreendedora, seja iniciando um novo negócio, expandindo um já existente ou realizando esforços para manter um negócio já estabelecido (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

A expressão "empreendedorismo" tem sido amplamente utilizada no país nos últimos anos, e um número cada vez maior de brasileiros está interessado em iniciar seus próprios negócios (Janssen, 2020).

A evolução do empreendedorismo nacional vem se tornando um dos principais pilares de sustentação da economia brasileira (Cardoso, 2022). Fazendo uma alusão nos últimos anos, sobre a evolução do empreendedorismo no Brasil, o índice total sobre Empreendedorismo passou de 20,9% para 39,3% da população adulta entre

2002 e 2015, quase dobrando a proporção em menos de uma década, ora por causa da melhoria do ambiente de negócios, ora devido ao aumento do zelo empreendedor dos brasileiros. A taxa total do empreendedor brasileiro flutuou entre 36 e 39% entre 2015 e 2019, mas caiu entre 2020 e 2021 devido à pandemia (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2022).

Entra ano e saí ano e o empreendedorismo continua sendo estudado por vários autores devido a sua grande importância e evolução na sociedade. Mas embora o empreendedorismo esteja crescendo, empreender não é uma tarefa fácil. Uns dos fatores citados como as principais barreiras do empreendedor, incluem questões burocráticas, carga tributária excessiva, má gestão de ativos e a falta de um plano estratégico. As dificuldades também podem estar relacionadas com a falta de obtenção de crédito no mercado, ocasionando um baixo capital financeiro, somados aos custos elevados e falta de lucro, ao qual tornam-se um problema estrutural aos empreendedores (Cardoso, 2022).

O reconhecimento, e o crescente aumento de microempreendedores individuais no Brasil, bem como a intensidade de surgimento de empreendedores singulares em nível regional, impulsionou uma nova perspectiva de necessidade na região norte, sendo imprescindível a investigação e compreensão associados a esse notável empreendedor como instruidor, a fim de conhecer as principais dificuldades e desafios sobre essa identidade empreendedora, gerando possibilidades de fortalecendo e permanência do empreendedorismo, em específico, dentro da região metropolitana de Belém.

O presente estudo tem como objetivo geral: Identificar os principais desafios superados em empreender, apresentando as adversidades na gestão de micro e pequenas empresas, caracterizando o perfil dos empreendedores na principal cidade do Estado do Pará, buscando responder à pergunta: Quais os principais desafios de empreender na região metropolitana de Belém?

Assim, esse trabalho pretende contribuir com uma conexão entre desafios e oportunidades em um debate local com os empreendedores, auxiliando na tomada de decisões e no fortalecimento dos seus micros e pequenos negócios.

EMPREENDEDORISMO E A SUA IMPORTÂNCIA

Empreender e criar um negócio tem um papel social muito importante e fundamental para o desenvolvimento de uma empresa, cidade ou até mesmo do país. A cultura empreendedora representa a essência do empreendedorismo. Significa ter o perfil empreendedor, gestão empreendedora e atitudes proativas em relação a empreender assim impactando positivamente uma sociedade (Nunes; Mello, 2018).

A importância do empreendedorismo no Brasil se deve principalmente ao fato de que a abertura de novos negócios é um importante gerador de emprego e renda, mas também por estimular a competitividade entre as empresas, com isto, incentivar inovações, maior produtividade e até maior diversidade de produtos e serviços. Durante uma estagnação econômica é de fundamental importância o empreendedorismo, ele pode ser visto como uma solução, trazendo atividades inovadoras que podem fazer a economia se girar e se reerguer. (Janssen, 2020)

Normalmente o que motiva a pessoa a empreender, pode ser classificado da seguinte forma: Empreendedorismo por oportunidades que são aqueles que escolheram iniciar um negócio motivado pela percepção de uma oportunidade no ambiente. Já os empreendedores por necessidade, são aqueles que afirmaram que o negócio surgiu em um momento de falta de opções de trabalho e renda (Silva; Silva, 2019).

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo o Mapa de Empresas do Ministério da Economia (2022), existem 18,9 milhões de empresas ativas no Brasil e foram mais de 3,9 milhões de pequenos negócios abertos em 2021, 80% via MEI. As pequenas e médias empresas categorizam 99% empresas existentes, são responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e por 62% dos empregos de carteira assinada do país (SEBRAE, 2022).

A taxa de empreendedorismo por necessidade é composta por empreendedores nascentes, aqueles que pensam em abrir um negócio ou já o fizeram em até três meses, e pelos novos, que possuem um negócio entre três meses e 3,5 anos (Global Entrepreneurship Monitor, 2021)

Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (2019) No Brasil, em 2019, aproximadamente 88% dos empreendedores que estavam iniciando disseram que

buscavam empreender por necessidade, a escassez de emprego estava entre as suas principais motivações para começar o novo negócio. Já em 2021 em situação pandêmica, o Brasil de maneira geral apresentou uma queda na taxa de empreendedorismo por necessidade. Cerca de 48,9% dos empreendedores iniciais abriram um negócio, no ano passado, em busca de uma fonte de renda. Em 2020, esse percentual foi de 50,4%. Apesar da melhora, esse índice ainda representa o terceiro maior da história do Brasil (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

EMPREENDEDORISMO NO PARÁ

Segundo o Sebrae Pará (2022) No Pará existe um total de 292.572 Microempreendedores Individuais, sendo que, desse número, aproximadamente 45% são de mulheres e 55% de homens. No primeiro semestre de 2021, as cidades com os melhores saldos na abertura de novos negócios foram: Belém com 11.952, Ananindeua com 4.341, Santarém com 2.096, Parauapebas com 1.795 e Marabá com 1.737 (Junta Comercial do Estado do Pará, 2021).

No Pará percebe-se um aumento dos mais jovens no mundo do empreendedorismo de 2018 para 2022, a participação de pessoas de 18 a 30 anos, como empreendedores, subiu mais de 14%. Em 2018, 24,41% dos negócios tinham jovens no quadro societário; em 2022, essa participação pulou para 39,16% Os dados são do registro mercantil da Junta Comercial do Pará (Jucepa).

A taxa de empreendedorismo por necessidade é composta por empreendedores nascentes, aqueles que pensam em abrir um negócio ou já o fizeram em até três meses, e pelos novos, que possuem um negócio entre três meses e 3,5 anos (Global Entrepreneurship Monitor, 2021)

Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (2019), no Brasil, em 2019, aproximadamente 88% dos empreendedores que estavam iniciando disseram que buscavam empreender por necessidade, a escassez de emprego estava entre as suas principais motivações para começar o novo negócio. Já em 2021 em situação pandêmica, o Brasil de maneira geral apresentou uma queda na taxa de empreendedorismo por necessidade. Cerca de 48,9% dos empreendedores iniciais abriram um negócio, no ano passado, em busca de uma fonte de renda. Em 2020, esse percentual foi de 50,4%. Apesar da melhora, esse índice ainda representa o terceiro maior da história do Brasil (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

OS PRINCIPAIS FATORES DE LIMITAÇÃO DE CRESCIMENTO EMPREENDEDOR

O Brasil é um país que possui muitos entraves neste quesito, principalmente por sua grande burocracia e exageradas regulações por parte do Estado quando se trata da abertura de novos negócios. Além disso, nosso país possui um sistema de crédito bancário de difícil acesso, um dos spreads bancários mais altos do mundo, alta carga tributária, baixa liberdade monetária e baixa qualificação de capital humano em determinados mercados (Janssen, 2020)

Segundo o Sebrae (2022), as principais dificuldades para empreender no Brasil são a falta de educação para o empreendedorismo, elevada taxa de impostos, excesso de burocracia, acesso a crédito, inovação e criatividade. Os fatores que mais contribuem com a mortalidade das micro e pequenas empresas normalmente estão associados também a baixa escolaridade e qualificação, falta de conhecimento do mercado em que está inserido, ausência de planejamento estratégico e dificuldades de conquistar e manter clientes, além da dificuldade de receber crédito no mercado (Pinheiro; Neto, 2019). Os principais fatores dificultadores normalmente estão associados ao receio do fracasso ou do risco de ter o próprio negócio, a quantidade de exigências burocráticas e a falta de acesso ao estudo sobre o empreendedorismo (Barbosa *et. al.*, 2018).

Alguns fatores que são apontados como os principais desafios do empreendedor é a falta de planejamento, a questão da burocracia, carga tributária excessiva, além do mal gerenciamento de estoque. As barreiras ao empreendedorismo também podem estar relacionadas a questões como os custos elevados, falta de lucro e o baixo capital financeiro potencializado pela dificuldade de conseguir crédito no mercado, que torna um problema estrutural e uma das principais barreiras ao empreendedorismo (Cardoso, 2022)

As dificuldades das micro e pequenas empresas é uma preocupação geral, sabendo da importância que esse setor tem para a economia, um acúmulo de decisões erradas, recursos mal alocados e incapacidade de gestão podem levar a resultados indesejados e atingir de maneira extrema a empresa levando até mesmo ao seu fechamento e morte, que impactam diretamente a economia brasileira, já que com ao encerrar as suas atividades, deixariam de existir postos de trabalhos, oportunidades de geração de rendas e pagamentos de tributos (Amaral; Bressan; Marcelino, 2021).

Os empreendedores tendem a enfrentar alguns desafios que afetam diretamente o desenvolvimento da organização, as micro e pequenas empresas no Brasil, apesar de terem um potencial significativo de geração de emprego e de renda do país ainda sofrem com alguns fatores que podem colocar em risco a sobrevivência delas no mercado. Vários empreendimentos acabam encerrando as atividades de forma precoce. Estas limitações podem ser encontradas no âmbito da própria gestão administrativa e na gestão financeira dos negócios (Santos; Lima, 2018)

Recomendações feitas por especialistas nacionais, para enfrentar as os principais desafios e fomentar o empreendedorismo no Brasil. Mais da metade dos especialistas consultados (55,8%) fez recomendações sobre políticas governamentais e educação e capacitação, seguidas de aproximadamente um quarto deles que apontaram o apoio financeiro (27,9%) logo depois pesquisa e desenvolvimento com (25,6%). Outros fatores que receberam mais de 10% das recomendações foram: Programas governamentais de incentivo (16,3%), infraestrutura comercial e profissional (14%) normas culturais e sociais (11,6%) (Global Entrepreneurship Monitor, 2020).

Ao tentar entender o medo presente na atividade empreendedora percebeu-se que, durante a trajetória empreendedora, os medos vão sendo alterados e podem ser demonstrados nas seguintes categorias: medos relacionados ao futuro do empreendimento, medos específicos do setor de atuação, medos relacionados a aspectos financeiros. A instabilidade econômica do Brasil parece ser fator agravante e esteve presente durante todo o tempo. (Camargo; Lourenço; Ferreira, 2018).

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A realização da pesquisa se dividiu em duas etapas. A primeira realizou-se um estudo sistemático da literatura sobre as dificuldades do empreendedorismo na grande Belém. Segundo Brizola e Fantin (2016) a revisão da literatura visa contribuir na discussão teórica, pois é o conjunto de ideias de diferentes autores sobre determinado tema e que podem contribuir para novas discussões.

Para a definição da metodologia, toma-se como base a classificação da pesquisa apresentada por Farias Filho e Arruda Filho (2013). Trata-se de uma pesquisa com abordagem exploratória e descritiva, por meio da pesquisa de campo, obtendo

informações através de micros e pequenas empresas, a fim de entender e conhecer os principais desafios do empreendedorismo da grande Belém.

Posteriormente, foi elaborado com base nos elementos de análise roteiro de entrevistas semiestruturadas com base no referencial teórico, possuindo perguntas binárias e outras explorando os elementos teóricos extraídos do referencial pelos autores. Além dos métodos de pesquisa para a investigação de inferências válidas a partir de eventos que se encontram fora dos limites do laboratório de Robert K. Yin (2001)

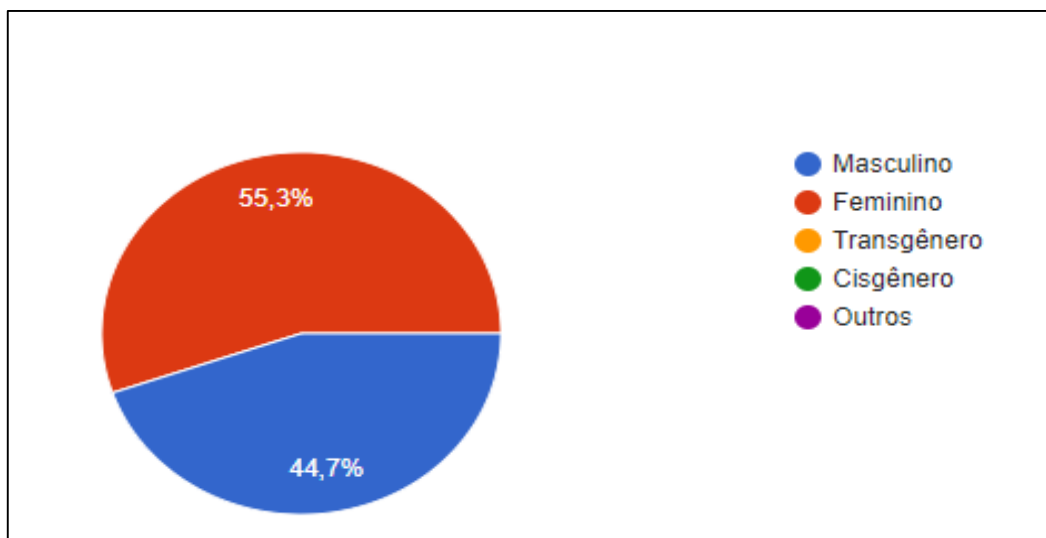
A pesquisa de campo foi realizada em diferentes lugares da Grande Belém, concentrando-se em 5 grandes feiras, abrangendo as cidades de Belém, Ananindeua, Benevides e Santa Izabel. As feiras visitadas pelos pesquisadores foram a do Ver-o-Peso em Belém, a feira da Cidade Nova 8 e a do Pará em Ananindeua, a feira da Matriz em Benevides e a do mercado municipal em Santa Izabel do Pará.

A pesquisa de campo foi realizada no período de 14 a 24 de junho de 2023 com um tempo estimado em cada entrevista de 28 minutos. Optou-se em selecionar empreendedoras feirantes pela acessibilidade e aproximação entre os pesquisadores. O procedimento selecionado para o instrumento de coleta de dados nesse estudo, teve como instrumento survey. Para Fink (2003) esse método agrega valor quando utilizado para obtenção de informações sobre ações, características e opiniões de um público-alvo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa buscou desvelar evidências sobre a prática do empreendedorismo na região, de modo que nos gráficos que seguem há a exposição dos achados da pesquisa realizada junto aos empreendedores que aceitaram participar da investigação.

Gráfico 1: Caracterização dos empreendedores.



Fonte: Os autores (2023).

Conforme os dados do gráfico 1 demonstrado acima, o empreendedorismo na região metropolitana de Belém concentra-se em sua grande maioria por mulheres. Nesse estudo, representam aproximadamente 54% dos respondentes. São pessoas que encontraram nessas atividades uma oportunidade para geração de emprego e renda para si e para seus familiares. Esses dados refutam a pesquisa Sebrae (2022) no Pará que demonstravam uma superioridade masculina. Diante disso, apresenta-se como uma forma de inclusão de gênero, conquista de direitos e de igualdade das mulheres no mercado de trabalho.

Percebe-se um dado interessante sobre o empreendedorismo na região metropolitana de Belém, indicando uma predominância de mulheres nesse cenário. No entanto, ao se afirmar que esses dados refutam uma pesquisa anterior do Sebrae (2022) que indicava uma predominância masculina, é fundamental entender as diferenças metodológicas entre os dois estudos.

Dessa forma, é essencial explorar as motivações por trás do empreendedorismo feminino na região, buscando entender se as mulheres empreendedoras são impulsionadas por oportunidades econômicas, necessidade ou outras razões contribuem para uma análise mais completa.

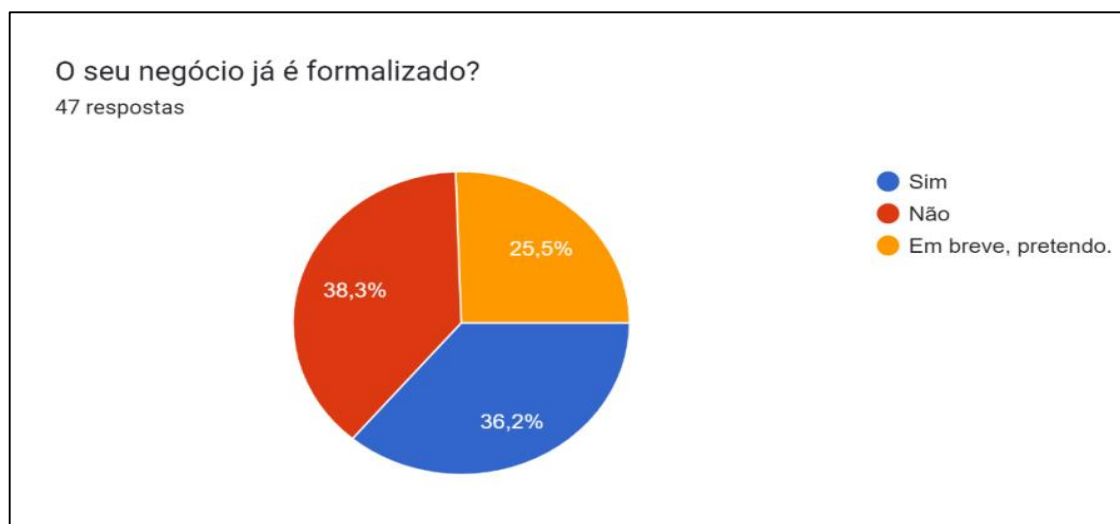
Embora seja positivo destacar o aumento da presença feminina no empreendedorismo como uma forma de inclusão de gênero, é importante distinção entre inclusão e igualdade de oportunidades, desse modo, avaliar se as mulheres têm

acesso igualitário a recursos, financiamento e suporte é fundamental para determinar a verdadeira igualdade no mercado de trabalho.

Além disso, levar em consideração o contexto cultural e social da região é essencial, pois pode haver influências culturais e sociais que moldam as escolhas de empreendedorismo das mulheres, e compreender esses aspectos é crucial para uma análise mais completa.

Portanto, embora os dados sugiram uma mudança no cenário empreendedor da região metropolitana de Belém, uma análise crítica deve levar em consideração vários fatores, sobretudo, o contexto social, para garantir uma compreensão mais precisa e abrangente do panorama empreendedora feminina na região.

Gráfico 2: Formalização do negócio.



Fonte: Os autores (2023).

O gráfico 2 demonstra a informalidade ainda é um fator determinante entre micro e pequenas empresas Brasileiras. Nesse estudo, apenas 36% dos respondentes, encontram-se com seus empreendimentos formalizados. Ademais, 38 % ainda estão à margem da informalidade e não revelaram se já pretendem modificar essa realidade a curto prazo. Esses dados demonstram um problema estrutural, uma vez que os negócios “informais” podem desencadear uma série de outros problemas, desde a sua base, para manter as suas atividades, assim como, as suas limitações de crescimento, desenvolvimento e até mesmo sustentação da sua base à frente de dos seus respectivos negócios.

Os dados revelam um cenário preocupante em relação à formalização das micro e pequenas empresas no Brasil, apontando para a persistência da informalidade como

um fator significativo, de modo que a análise desses resultados revela diversas questões importantes, principalmente, a baixa formalização, pois se constatou que apenas 36% dos entrevistados têm seus empreendimentos formalizados indicam uma baixa adesão à legalização por parte das micro e pequenas empresas, o que pode ser resultado de diversos fatores, como burocracia excessiva, custos associados à formalização e falta de incentivos governamentais.

O fato de 38% dos empreendimentos estarem à margem da informalidade, sem indicar planos de mudança a curto prazo, sugere uma facilidade ou resignação quanto às vantagens percebidas da informalidade, como a redução de encargos tributários e simplificação de processos administrativos.

Dessa forma, a descrição dos dados como um “problema estrutural” indica que a informalidade não é apenas uma escolha individual, mas reflete questões mais profundas no ambiente de negócios brasileiro, o que pode incluir deficiências no sistema tributário, falta de apoio governamental para formalização e desafios estruturais que dificultam o processo de legalização.

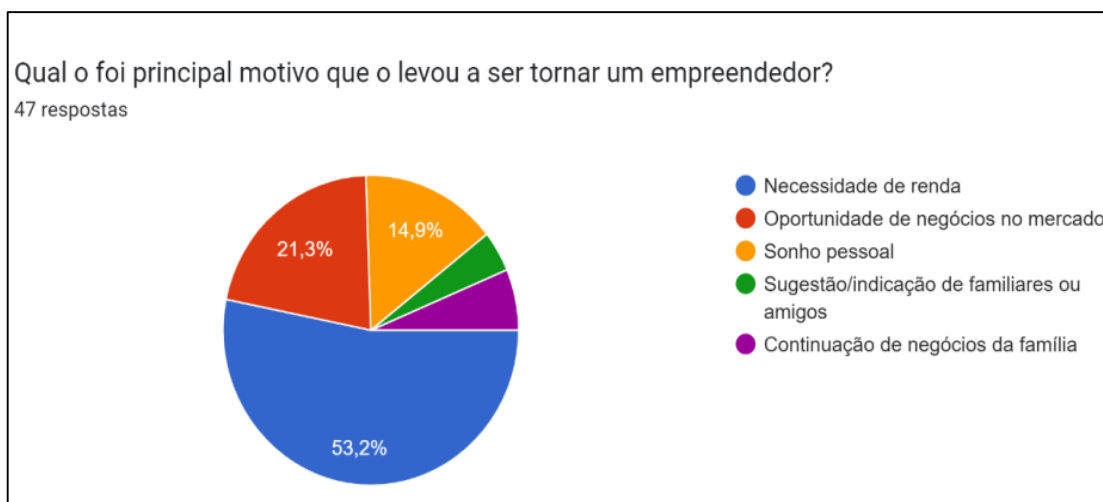
Nesta perspectiva, destacar que a informalidade pode desencadear uma série de problemas, desde a base até a sustentação dos negócios, ressalta a importância de compreender os impactos dessa escolha, que pode ser motivada pela dificuldade de acesso a crédito, problemas na expansão de negócios e vulnerabilidade a crises econômicas, o que destaca a necessidade de políticas e práticas que incentivem a formalização, proporcionem um ambiente mais propício ao desenvolvimento sustentável dessas empresas.

Por isso, é necessário que haja sustentação da base à frente dos negócios, ressaltando-se a importância de pensar não apenas no presente, mas também na perspectiva de longo prazo, haja vista que negócios informais podem enfrentar dificuldades de sustentação e resiliência diante de desafios econômicos e sociais.

Assim, é possível sinalizar que os resultados obtidos nesta pesquisa podem ser reflexo de diversos fatores, como por exemplo, a complexidade do sistema tributário brasileiro, a falta de incentivos para formalização, a percepção de benefícios imediatos da informalidade e desafios estruturais que dificultam a operação e o crescimento das empresas, de modo que soluções como a abordagem de políticas públicas, simplificação de processos burocráticos e conscientização sobre os benefícios da formalização

podem ser estratégias para enfrentar esse problema estrutural e promover um ambiente de negócios mais saudável.

Gráfico 3: Motivação para o empreendedorismo.



Fonte: Os autores (2023).

Os resultados do gráfico 3 sinalizam que empreender é um movimento para geração de emprego e de renda, seja pela baixa escolaridade e também pela ausência de empregos formais. Tais dados corroboram a pesquisa (GEM, 2019) onde aproximadamente 88% dos empreendedores que estavam iniciando disseram que buscavam empreender por necessidade, a escassez de emprego estava entre as suas principais motivações para começar o novo negócio.

Nesse contexto, os dados revelam que 53,2% dos empreendedores citou a necessidade de renda como principal motivação para iniciar um negócio. Isso sugere que muitos empreendedores podem ter optado pelo empreendedorismo como uma resposta à falta de oportunidades de emprego tradicionais ou à busca de alternativas para melhorar sua situação financeira, de modo que se pode citar como causas possíveis para tal realidade, as altas taxas de desemprego, subemprego ou a necessidade de complementar a renda familiar, por exemplo.

Além disso, 21,3% dos entrevistados apontou a oportunidade de negócio no mercado como fator motivador, o que indica uma mentalidade empreendedora voltada para identificar lacunas no mercado e capitalizar oportunidades, o que pode ser motivado, por exemplo, pela percepção de nichos não explorados, demandas não atendidas ou a identificação de tendências que podem ser aproveitadas para criar um empreendimento bem-sucedido.

Chama atenção ainda, o fato de que 14,9% dos participantes destacaram que o empreendedorismo foi impulsionado por um sonho pessoal, sugerindo que muitas pessoas estão buscando realizar ambições pessoais e aspirações de vida por meio do empreendedorismo, podendo-se citar como possíveis causas o desejo de autonomia, a paixão por um determinado setor ou a busca por realização pessoal e profissional.

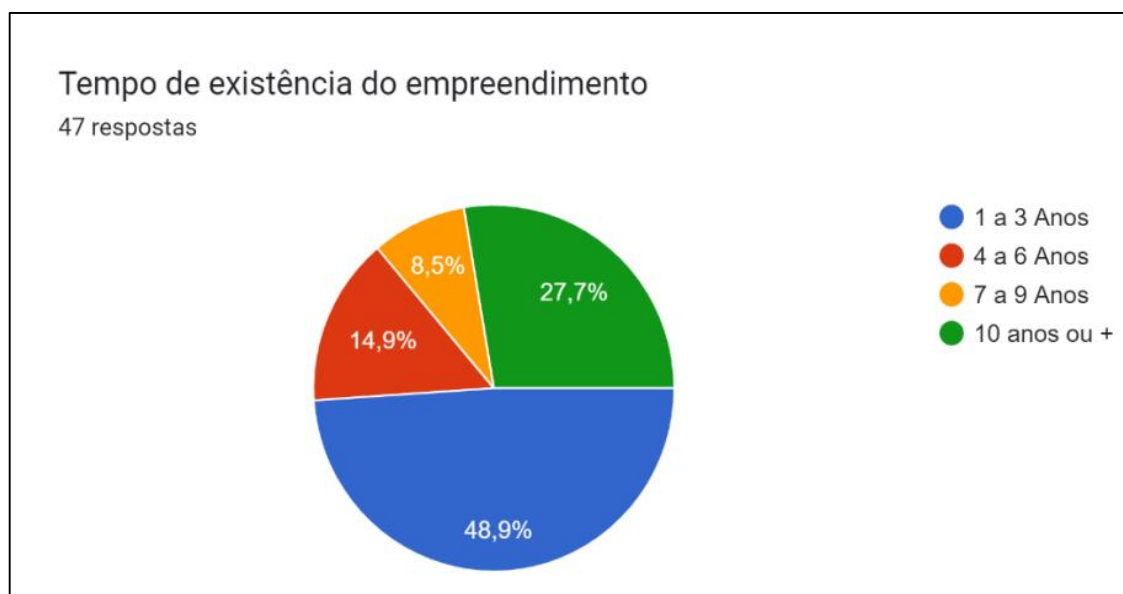
Nesse contexto, a necessidade de renda como a motivação principal pode estar ligada ao contexto econômico, pois em períodos de instabilidade econômica, é comum que as pessoas busquem alternativas para garantir sua subsistência, e empreender pode ser uma resposta a essa necessidade.

Já a motivação pela oportunidade de negócio pode estar relacionada ao ambiente de negócios, incluindo a percepção de que há espaço para inovação e crescimento, de modo que políticas de apoio ao empreendedorismo e um ecossistema favorável podem promover essa mentalidade.

E ainda, a motivação por sonhos pessoais pode refletir uma cultura empreendedora que valoriza a realização pessoal e a autonomia, pois fatores socioculturais, como a celebração de histórias de sucesso empreendedor, podem influenciar essa motivação. Essa motivação, em especial, também pode ser resultado da inclusão de temas empreendedores na educação, o que pode contribuir para uma mentalidade empreendedora. Se houver uma ênfase na identificação de oportunidades e no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, isso pode aumentar a proporção de empreendedores motivados por oportunidades de negócios.

Portanto, os dados indicam que as motivações para o empreendedorismo são diversas e podem ser influenciadas por fatores econômicos, ambientais, culturais e educacionais, assim, compreender essas motivações é essencial para desenvolver políticas e programas de apoio que atendam às necessidades específicas dos empreendedores em diferentes contextos.

Gráfico 4: Tempo de empreendimento



Fonte: Os autores (2023).

A análise dos resultados do gráfico 4, sobre o tempo de existência do empreendimento revela uma distribuição variada, apresentando diferentes avanços de atualização para os negócios. Percebe-se que a maior parcela dos empreendimentos (48,9%) tem uma existência relativamente curta, entre 1 e 3 anos, o que pode indicar uma presença significativa de novos empreendedores ou empresas que estão no estágio inicial de desenvolvimento, sendo que podem ser atribuídas causas possíveis como a alta taxa de mortalidade de empresas nos primeiros anos, bem como a entrada constante de novos empreendedores no mercado.

Revelou-se ainda, que cerca de 27,7% dos empreendimentos têm uma existência mais longa, superior a 10 anos. Isso sugere uma presença notável de negócios propostos e possivelmente bem-sucedidos ao longo do tempo, o que pode ser resultado de uma capacidade de adaptação às mudanças no mercado, uma base de clientes leal ou uma gestão eficiente, por exemplo.

Além disso, a faixa de empresas que existem a 4 a 6 anos representa 14,9% dos empreendimentos, proporcionando uma parcela significativa que passou pelo estágio inicial e atingiu uma fase interessada de desenvolvimento, o que pode indicar um movimento de consolidação e superação dos desafios iniciais para o estabelecimento de uma presença mais estável no mercado.

A menor parcela (8,5%) representa os empreendimentos que têm entre 7 e 9 anos de existência, indicando que alguns negócios enfrentaram desafios e persistiram

por um período específico, consolidando-se como empresas de médio a longo prazo, motivadas, talvez, pela capacidade de inovação, gestão eficiente e uma base sólida de clientes.

Verifica-se que a alta proporção de empreendimentos de 1 a 3 anos pode refletir a dinâmica do mercado, com uma entrada constante de novos empreendimentos em setores diversos, o que pode ser influenciado por oportunidades percebidas, mudanças nas demandas do consumidor ou fatores externos.

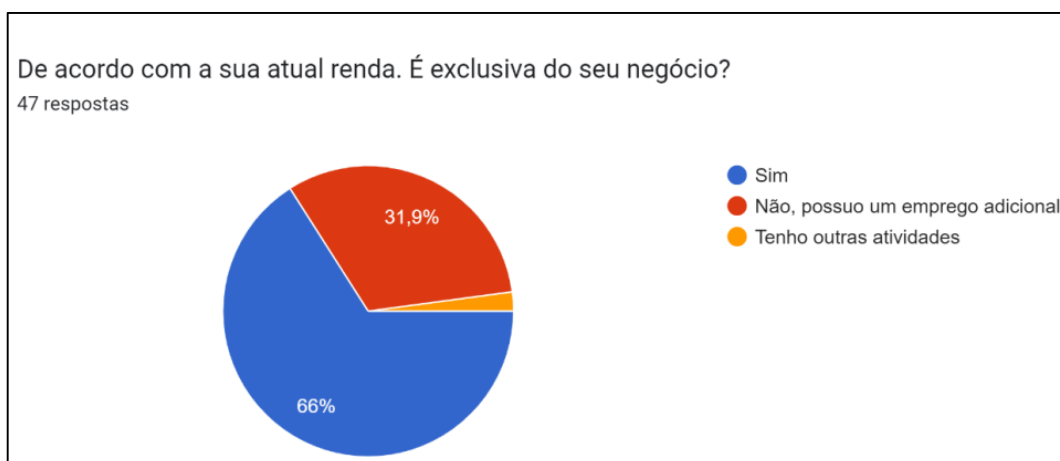
E ainda, a presença significativa de empresas com menos de 3 anos pode estar relacionada à realidade de que muitos empreendimentos enfrentaram desafios cruciais nos primeiros anos de operação, de modo que a capacidade de superar esses desafios pode ser determinante para a sobrevivência a longo prazo.

É importante mencionar que, empresas com mais de 10 anos podem ter mudanças demonstradas por habilidades para se adaptarem ao ambiente de negócios e inovar. Essas características estão frequentemente associadas à resiliência e à capacidade de prosperar ao longo do tempo. Além disso, o sucesso das empresas que existem há mais de 10 anos pode estar ligado a uma gestão eficiente, boa governança corporativa e estratégias sólidas de negócios.

Nessa perspectiva, é importante mencionar que a distribuição do tempo de existência pode variar dependendo do setor, pois alguns setores são mais propícios a startups frequentes, enquanto outros podem ter uma presença mais estável e rigorosa.

Assim, a análise do tempo de existência dos empreendimentos sugeriu uma diversidade de experiências, destacando a dinâmica do mercado, a capacidade de adaptação e a gestão eficiente como possíveis fatores-chave que competem para a longevidade dos negócios, de modo que a compreensão desses resultados da pesquisa pode orientar estratégias de apoio e políticas que promovam o crescimento sustentável das empresas em diferentes estágios de desenvolvimento.

Gráfico 5: Origem da renda



Fonte: Os autores (2023).

A análise dos resultados sobre a origem da renda dos participantes da pesquisa, no gráfico 5, revela um quadro interessante quanto à dependência do empreendimento, como fonte exclusiva de renda. A maioria dos participantes (66%) depende exclusivamente da renda gerada pelo empreendimento, sugerindo que uma parcela significativa dos empreendedores encontrou no seu negócio a principal fonte de sustento financeiro.

Todavia, cerca de 31,9% dos participantes têm uma fonte adicional de renda proveniente de um emprego tradicional, o que pode indicar que esses empreendedores optaram por diversificar suas fontes de renda, possivelmente devido a fatores como a necessidade de estabilidade financeira, a fase inicial de desenvolvimento do empreendimento ou a busca por equilíbrio entre segurança financeira e a incerteza associada ao empreendedorismo.

É importante destacar que empreendimentos mais recentes ou em projetos iniciais podem não gerar receitas suficientes para sustentar completamente os empreendedores, com isso, a busca por empregos adicionais pode ser uma estratégia para garantir a estabilidade financeira durante os primeiros anos de operação.

Desse modo, a opção de um emprego adicional pode ser motivada pela necessidade de estabilidade financeira, especialmente se o empreendedor estiver enfrentando desafios iniciais ou incertezas no mercado, pois ter uma fonte de renda fixa pode ser uma estratégia para mitigar riscos financeiros.

Todavia, um alto percentual de empreendedores que não dependem exclusivamente do empreendimento pode refletir a confiança desses indivíduos no

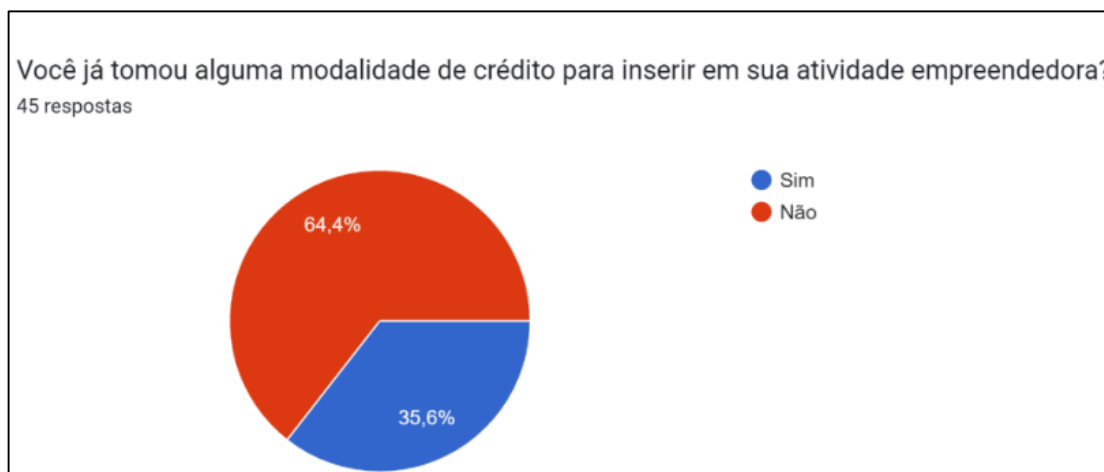
potencial de crescimento e rentabilidade de seus negócios, de forma que a decisão de se dedicar integralmente ao empreendimento pode ser motivada por uma visão otimista em relação ao futuro.

Importante destacar que a escolha entre depender exclusivamente do empreendimento ou buscar uma renda adicional pode ser influenciada pelo perfil pessoal do empreendedor e seus objetivos de vida, de modo que alguns podem preferir arriscar mais em seus negócios, enquanto outros optam por uma abordagem mais cautelosa e equilibrada.

Além disso, a natureza do setor em que os empreendedores atuam pode influenciar a decisão de depender exclusivamente do empreendimento, sobretudo, porque setores mais voláteis ou sazonais podem exigir estratégias diferenciadas em relação à estabilidade financeira.

Assim, a análise desses resultados destaca a diversidade de abordagens adotadas pelos empreendedores em relação à origem de sua renda e entender as causas dessas escolhas é fundamental para orientar políticas de apoio ao empreendedorismo e para fornecer recursos específicos para as necessidades específicas de empreendimentos em diferentes projetos e contextos.

Gráfico 6: Acesso ao crédito



Fonte: Os autores (2023).

A análise dos resultados sobre o acesso ao crédito dos participantes da pesquisa, no gráfico 6, evidencia uma divisão marcante, com uma parcela significativa relacionada à ausência de acesso ao crédito para seus empreendimentos.

Nesse contexto, destaca-se que uma proporção relativamente menor, 35,6%, indicou ter tido acesso a crédito para seus empreendimentos, sugerindo-se que uma parcela dos empreendedores foi capaz de obter financiamento externo, seja por meio de empréstimos bancários, investidores, ou outras formas de crédito.

E ainda, a maioria dos participantes, representando 64,4%, afirmou que não teve acesso ao crédito para seus empreendimentos, indicando um cenário desafiador, onde a concessão de financiamento pode ser uma barreira para o desenvolvimento ou a consolidação de negócios.

Importante mencionar que as instituições financeiras frequentemente impõem requisitos específicos para a concessão de crédito, o que pode dificultar o acesso para pequenos empreendedores, especialmente aqueles em projetos iniciais ou com histórico de crédito limitado. Além disso, empréstimos para empreendimentos, especialmente os mais arriscados ou inovadores, podem ser percebidos como investimentos de alto risco pelos credores, o que pode levar a uma maior relutância por parte das instituições financeiras em fornecer crédito.

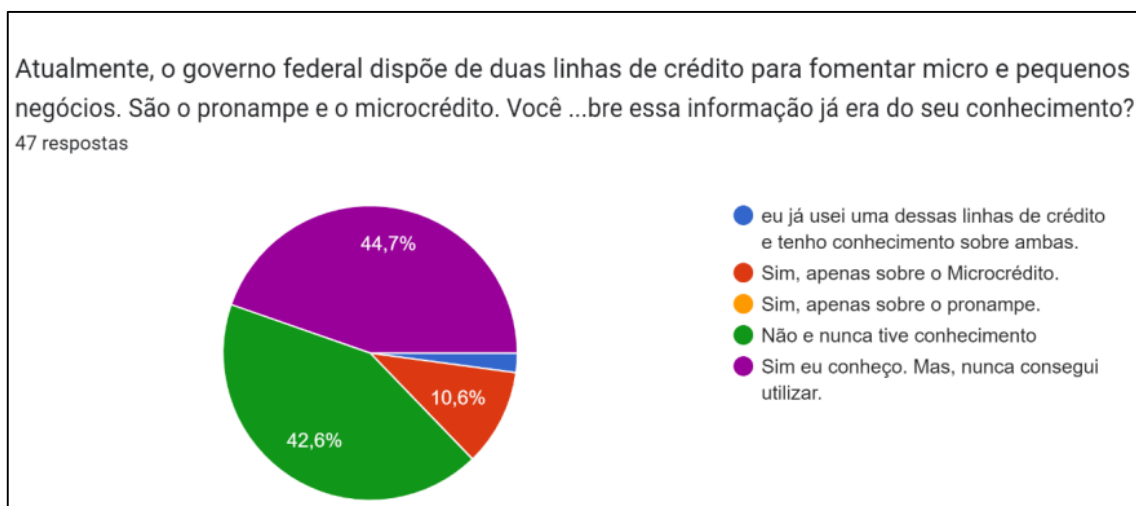
E ainda, muitas empresas, especialmente aquelas que estão começando, podem ter dificuldades em oferecer garantias para obter crédito, o que pode ser uma barreira significativa para a aprovação de empréstimos.

Ademais, a falta de conhecimento sobre diferentes fontes de financiamento além dos empréstimos tradicionais pode levar à dependência de uma única opção, de forma que a falta de acesso a informações sobre investidores, programas de subsídios ou outras formas de financiamento pode limitar as oportunidades para os empreendedores.

É importante mencionar que as condições macroeconômicas, como taxas de juros, políticas governamentais e estabilidade econômica, podem influenciar o ambiente de crédito. Instabilidade econômica ou políticas desfavoráveis podem variar dependendo da disponibilidade de crédito para os empreendedores.

Portanto, os resultados sugerem que muitos empreendedores enfrentaram desafios significativos no acesso ao crédito, demonstrando a necessidade de abordar as causas subjacentes, como restrições bancárias, falta de garantias e desconhecimento de alternativas de financiamento, como elemento fundamental para criar um ambiente mais favorável ao crescimento e à sustentabilidade dos empreendimentos.

Gráfico 7: Conhecimento sobre linhas de crédito do Governo Federal.



Fonte: Os autores (2023).

A análise dos resultados acerca do conhecimento dos participantes sobre as linhas de crédito oferecidas pelo governo federal para empreendedores, no gráfico 7, revela uma variedade de percepções e experiências.

Quase metade dos participantes (47,7%) afirmou ter conhecimento sobre as linhas de crédito oferecidas pelo governo federal, mas nunca conseguiu acessar esses recursos para seu empreendimento, revelando-se uma desconexão entre a conscientização sobre as oportunidades de financiamento e a capacidade de utilizar efetivamente essas fontes de crédito.

Uma parcela significativa (42,6%) declarou não conhecer e nunca ter tido conhecimento sobre as linhas de crédito oferecidas pelo governo federal, o que revela a falta de informação ou divulgação eficaz desses programas de crédito, o que pode resultar em empreendedores não aproveitando oportunidades que poderiam beneficiar seus negócios.

Uma porcentagem menor (10,6%) afirmou conhecer apenas o microcrédito, indicando que alguns empreendimentos podem ter uma compreensão limitada das diferentes linhas de crédito disponíveis, focando apenas em uma modalidade específica.

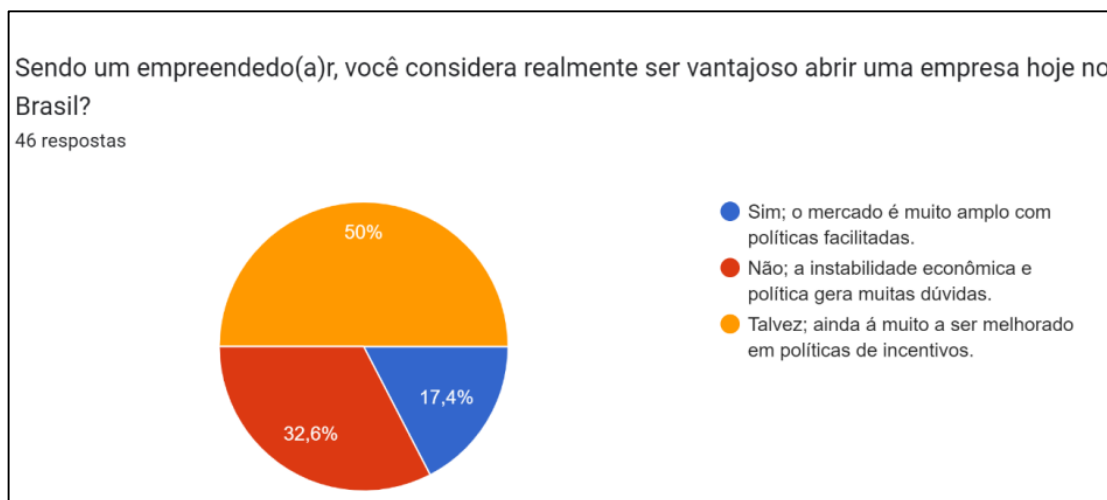
Verifica-se que a falta de acesso ou conhecimento sobre as linhas de crédito pode ser atribuída a uma divulgação e disseminação de informações. Se os programas do governo não forem amplamente anunciados ou explicados, os empreendedores podem não estar cientes das oportunidades disponíveis.

Além disso, a complexidade dos processos de acesso ao crédito pode ser uma barreira para alguns empreendedores, pois se os requisitos e procedimentos para solicitar o financiamento são considerados complicados ou burocráticos, isso pode encorajar muitas empresas a buscar esse tipo de suporte financeiro.

É importante destacar que a concentração de conhecimento apenas no Microcrédito pode ser resultado de estratégias de comunicação desequilibradas ou de um foco mais intenso em uma determinada linha de crédito por parte das autoridades ou instituições financeiras.

Assim sendo, os resultados indicam que a conscientização sobre as linhas de crédito do governo federal não necessariamente se traduz em acesso efetivo, de forma que estratégias para melhorar a comunicação e simplificar os processos de acesso podem aumentar a eficácia dessas iniciativas, garantindo que os empreendedores estejam mais bem informados e tenham maior probabilidade de utilizar esses recursos para o crescimento de seus negócios.

Gráfico 8: Vantagens de abrir uma empresa no Brasil.



Fonte: Autores, (2023)

A análise dos resultados sobre a percepção da vantagem de abrir uma empresa no Brasil, no gráfico 8, revela uma visão diversificada entre os participantes da pesquisa. Metade dos participantes (50%) expressou a visão de que abrir uma empresa no Brasil poderia ser vantajoso, desde que houvesse melhorias nas políticas de incentivo, sugerindo que muitos empreendedores percebem oportunidades, mas identificam a necessidade de um ambiente mais favorável para o desenvolvimento de negócios. Esse resultado corrobora os dados de que a instabilidade econômica do Brasil

parece ser fator agravante e esteve presente durante todo o tempo como uma das maiores dificuldades de ter vontade de criar sua própria empresa (Camargo; Lourenço; Ferreira, 2018).

Porém, uma parcela significativa (32,6%) acredita que não é vantajoso abrir uma empresa no Brasil devido à instabilidade política e econômica, tal percepção reflete preocupações comuns sobre incertezas e riscos associados a fatores macroeconômicos e políticos.

E ainda, cerca de 17,4% dos participantes acreditam que é vantajoso abrir uma empresa no Brasil devido à amplitude do mercado e às políticas facilitadas, revelando-se uma visão positiva que destaca a percepção de oportunidades e um ambiente mais propício ao empreendedorismo.

Importante mencionar que a visão de que talvez seja vantajoso com melhorias nas políticas de incentivo sugere que os empreendedores identifiquem desafios burocráticos e políticas de estímulo insuficientes, de modo que melhorar a eficiência dos processos e oferecer mais incentivos fiscais pode ser crucial para atrair e manter empreendedores.

Além disso, a parcela de entrevistados que vê devido à instabilidade política e reflete preocupações sobre a incerteza associada às mudanças políticas, flutuações econômicas e possíveis impactos nos negócios chama atenção ao fato de que essa percepção pode influenciar a disposição dos empreendedores em investir e expandir.

A visão positiva no sentido de que é vantajoso devido ao mercado amplo e às políticas facilitadas sugere uma confiança nas oportunidades de negócios no Brasil, o que pode estar relacionado ao potencial de crescimento, à demanda do consumidor ou às políticas governamentais que incentivam o empreendedorismo.

Assim, as percepções dos participantes revelam uma interação complexa de fatores, incluindo desafios burocráticos, instabilidade política e econômica, bem como oportunidades percebidas no mercado brasileiro. Portanto, conforme o gráfico 8 demonstra claramente que há uma incerteza quanto ao cenário nacional, o seu risco inerente e as insuficiências que o empreendedor se depara nos planos sociais e políticos no desenvolvimento da atividade

Gráfico 9: Principal dificuldade para iniciar as atividades.

Durante a constituição do seu negócio. Qual foi a sua principal dificuldade para iniciar a sua atividade?

47 respostas



Fonte: Os autores (2023).

A análise das principais dificuldades para iniciar as atividades a partir dos dados do gráfico 9, revela desafios importantes enfrentados pelos empreendedores na fase inicial. Nessa perspectiva, 47,7% dos participantes sinalizaram a falta de capital próprio como a principal dificuldade, sugerindo que muitos empreendedores enfrentam dificuldades financeiras para iniciar seus negócios, enfrentando obstáculos relacionados à obtenção de recursos iniciais.

A insegurança ou medo foi mencionado por mais de uma em cada cinco pessoas como uma barreira para iniciar atividades empreendedoras, representando 21,3% dos participantes. Essa categoria sugere que aspectos emocionais e psicológicos desempenham um papel significativo na decisão de iniciar um negócio, implicando preocupações sobre riscos, fracassos e incertezas.

Além disso, cerca de 12,8% dos participantes apontaram falta de conhecimento sobre o negócio como uma dificuldade principal, o que pode indicar que alguns empreendedores podem enfrentar desafios relacionados à compreensão do mercado, ao setor específico ou à gestão empresarial.

Importante mencionar que a ausência de capital próprio como principal dificuldade pode ser atribuída a desigualdades econômicas, onde indivíduos com menos recursos financeiros enfrentam barreiras significativas para iniciar um negócio, de forma que essa desigualdade pode ser agravada por condições socioeconômicas desfavoráveis.

E ainda, a ausência de capital próprio pode estar diretamente relacionada à dificuldade de acesso ao financiamento externo, como empréstimos bancários ou

investidores, com isso, as restrições de acesso a esses recursos podem ser agravadas por políticas restritivas de crédito ou falta de confiança dos credores.

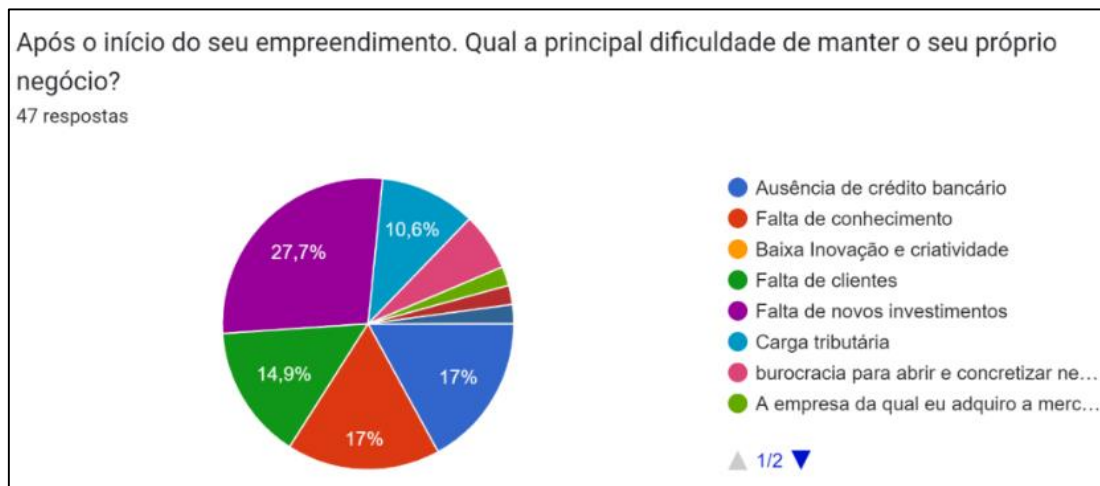
De outro lado, a insegurança ou o medo podem refletir um ambiente de negócios desafiador, com altos riscos percebidos, instabilidade econômica ou uma cultura que não promove a acessibilidade do fracasso como parte do processo empreendedor.

O que pode ser agravado pela falta de conhecimento sobre o negócio, revelando-se a importância da educação empreendedora, de modo que a implementação de programas educacionais que oferecem treinamento prático sobre gestão empresarial, marketing e planejamento financeiro pode ajudar a superar essa dificuldade.

A percepção de insegurança ou medo pode ser influenciada pela cultura empresarial predominantemente e pelo apoio institucional. A criação de uma cultura que valorize o empreendedorismo e a implementação de políticas de apoio podem contribuir para reduzir essas preocupações.

Portanto, os resultados destacam a complexidade das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores, incluindo desafios financeiros, emocionais e de conhecimento. Abordar essas questões requer uma abordagem abrangente que envolve políticas econômicas inclusivas, acesso facilitado ao financiamento, educação empreendedora e a criação de um ambiente de negócios favorável.

Gráfico 10: Principal dificuldade para manutenção do próprio negócio.



Fonte: Os autores (2023).

Os dados do gráfico 10 possibilitam realizar uma análise dos resultados sobre a principal dificuldade para manter o próprio negócio revela uma variedade de desafios enfrentados pelos empreendedores.

Quase um terço dos participantes (27,7%) apontou a falta de novos investimentos como a principal dificuldade para manter o negócio, sugerindo que a capacidade de atrair financiamento adicional ou investimentos é crucial para o crescimento e a sustentabilidade dos empreendimentos.

Já a falta de conhecimento foi mencionada por 17% dos participantes como uma dificuldade para manter o negócio, devendo-se destacar a importância do conhecimento em gestão empresarial, estratégias de marketing, inovação e outros aspectos fundamentais para o sucesso a longo prazo.

Do mesmo modo, a falta de acesso ao crédito bancário foi obtida por outra parcela de forma significativa (17%), evidenciando que a obtenção de financiamento tradicional pode ser uma barreira para a continuidade das operações, de modo que restrições de acesso a crédito podem limitar a capacidade de investimento em expansão, equipamentos ou outros recursos necessários.

Para 14,9% dos participantes, a falta de clientes é uma dificuldade, o que revela a importância de uma base de clientes sólida para manter um fluxo constante de receitas, haja vista que a ausência de clientes pode ser causada por desafios de marketing, concorrência intensa ou mudanças nas demandas do consumidor.

E ainda, é importante destacar que a carga tributária foi mencionada por 10,6% dos participantes como uma dificuldade para manter o negócio, sugerindo que as obrigações fiscais podem representar um desafio significativo para a rentabilidade e a continuidade dos empreendimentos.

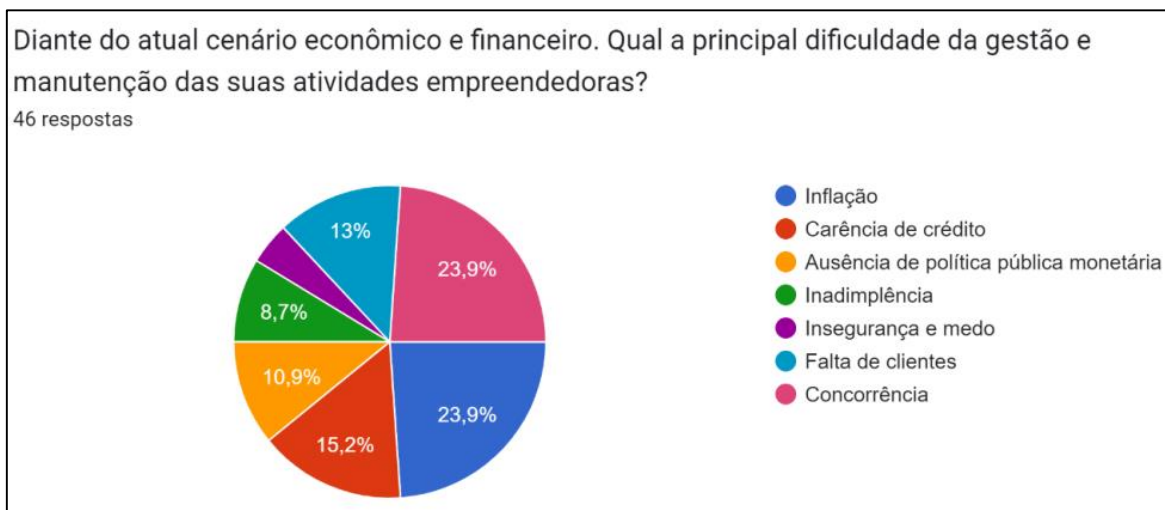
A partir dos resultados obtidos é possível realizar interseções entre os achados, de modo que a falta de novos investimentos pode estar relacionada à falta de acesso ao crédito bancário, pois empresas que enfrentam dificuldades financeiras podem ter dificuldade em atrair investidores ou obter empréstimos, criando um ciclo vicioso que impacta qualidades de crescimento e inovação.

Desse modo, a falta de conhecimento pode contribuir para a gestão financeira econômica, ou que, por sua vez, pode afetar a capacidade de atrair investimentos, acessar crédito e enfrentar desafios tributários. Por outro lado, a falta de clientes pode ser atribuída a desafios de marketing, que podem estar relacionados à falta de conhecimento sobre estratégias estratégicas, de modo que uma base de clientes insuficiente impacta diretamente a receita, aumentando a dependência de investimentos externos ou crédito.

E ainda, a carga tributária pode tornar-se uma dificuldade acentuada quando uma empresa enfrenta pressão financeira, com isso, é importante enfatizar que o conhecimento tributário inadequado pode levar a custos fiscais mais elevados, exacerbando os desafios financeiros e reduzindo a capacidade de investimento e crescimento.

Assim, as dificuldades mencionadas pelos empreendedores estão interconectadas, e abordar uma delas pode ter impacto nas demais, com isso, resta claro que estratégias abrangentes, incluindo programas de capacitação, acesso facilitado a crédito, políticas fiscais planejadas e iniciativas de marketing, podem ser cruciais para ajudar os empreendedores a superar esses desafios e manter as previsões de seus negócios.

Gráfico 11: Principal dificuldade de gestão e manutenção do negócio:



Fonte: Os autores (2023).

Os dados do gráfico 11 revelam que busca pela principal dificuldade de gestão e manutenção do negócio destaca uma série de desafios enfrentados pelos empreendedores. A inflação, mencionada por 23,9% dos participantes, representa um desafio econômico que afeta diretamente os custos de produção e a precificação de produtos ou serviços, de modo que a inflação pode impactar a lucratividade e exigir estratégias de gestão financeira mais robustas.

A concorrência, também destacada por 23,9% dos participantes, indica um ambiente de negócios competitivo, com isso, a presença de concorrentes pode gerar margens de lucro, exigindo estratégias de diferenciação, marketing e retenção de clientes.

A carência de crédito, mencionada por 15% dos participantes, destaca a importância do acesso a recursos financeiros para a gestão e expansão do negócio, nesse contexto, dificuldades em obter crédito podem impactar níveis na capacidade de investimento em melhorias, expansão e inovação.

A falta de clientes, mencionada por 13% dos participantes, representa um desafio direto para a receita do negócio, o que pode ser resultado de estratégias de marketing inovadoras, falta de inovação ou mudanças nas preferências dos consumidores.

A ausência de uma política pública mencionada por 10,9% dos participantes, sugere uma preocupação com a falta de direcionamento governamental em relação à regulamentação e estabilidade do sistema financeiro, o que pode afetar as condições macroeconômicas que impactam diretamente os negócios.

E ainda a inadimplência, mencionada por 8,7% dos participantes, destaca o impacto negativo de clientes que não cumprem com suas obrigações financeiras, dessa forma, a inadimplência pode prejudicar o fluxo de caixa, a capacidade de pagamento de fornecedores e o equilíbrio financeiro geral do negócio.

Ao analisar as causas mencionadas pelos participantes é possível inferir que a inflação pode aumentar os custos operacionais, exigindo uma gestão financeira mais cuidadosa para manter a rentabilidade, o que pode incluir ajustes de preços, negociações com fornecedores e estratégias de controle de despesas.

Além disso, a intensa concorrência pode exigir estratégias inovadoras para diferenciar o negócio e atrair clientes, de modo que a falta de inovação pode resultar na perda de clientes para concorrentes mais inovadores e adaptáveis.

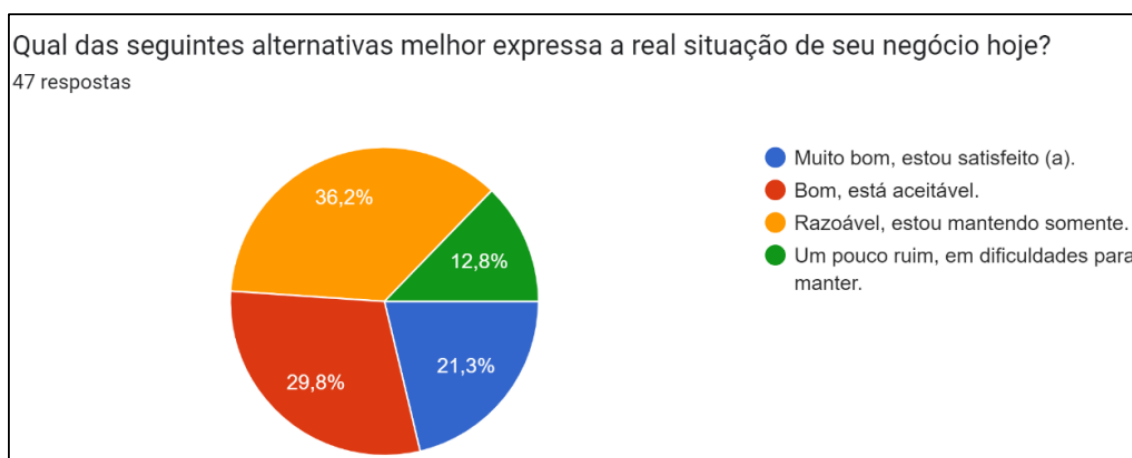
Por outro lado, a carência de crédito pode levar a uma maior dependência de recursos próprios ou atrasos no pagamento de fornecedores, enquanto a inadimplência pode ser um reflexo da dificuldade dos clientes na obtenção de crédito, sendo que esses fatores podem criar um ciclo desafiador para a gestão financeira.

E ainda, a falta de clientes pode ser exacerbada pela ausência de uma política pública monetária que estimule o consumo e a atividade econômica, sendo que a falta de direcionamento governamental pode resultar em um ambiente de negócios menos favorável para a expansão da base de clientes. Além disso, não se pode deixar de mencionar que a inadimplência pode ser mais pronunciada em um contexto de ausência de uma política pública monetária que regula e estimula o ambiente

financeiro, dessa forma, a falta de orientação governamental pode contribuir para condições econômicas menos obtidas.

Portanto, as causas mencionadas pelos empreendedores estão inter-relacionadas, evidenciando a complexidade do ambiente de negócios e, com isso, a abordagem eficaz desses desafios pode exigir estratégias holísticas que abranjam gestão financeira sólida, estratégias de marketing, políticas públicas eficazes e inovação contínua.

Gráfico 12: Real situação do negócio.



Fonte: Os autores (2024).

Os dados do gráfico 12 revelaram uma variedade de percepções entre os participantes. A maior parte dos participantes (36,2%) avaliou a situação do negócio como razoável, indicando uma condição em que o empreendimento está sendo planejado, mas possivelmente enfrentando desafios para alcançar um nível mais elevado de sucesso, de modo que as causas possíveis podem incluir concorrência acirrada, pressão econômica ou falta de inovação.

Uma parte significativa (29,8%) avaliou a situação como boa e aceitável. Essa percepção sugere um nível de estabilidade e sucesso, onde o negócio está operando de maneira satisfatória, mas pode não estar alcançando todo o seu potencial, o que pode refletir práticas de gestão eficazes, boas acessíveis no mercado ou outros fatores positivos.

Cerca de 21,3% dos participantes expressaram satisfação, avaliando a situação do negócio como muito boa. Essa visão positiva pode ser atribuída a fatores como inovação, eficiência operacional, boa acessibilidade ao cliente ou vantagens competitivas que colocam o negócio em uma posição favorável.

A menor parcela (12,8%) avaliou a situação como ruim, revelando dificuldades para manter o negócio, de modo que essa percepção pode estar relacionada a desafios financeiros, falta de clientes, competitividade competitiva ou outros problemas que afetam qualidades de sustentabilidade do empreendimento.

Analisando os dados, se perceber que a situação razoável pode estar relacionada à pressão da concorrência, diminuindo a necessidade de estratégias inovadoras para se destacar no mercado, pois negócios que não conseguem inovar podem enfrentar dificuldades em manter uma posição forte.

Além disso, empreendimentos que avaliam uma situação como boa e aceitável podem ser aplicados práticas de gestão eficientes, mantendo a estabilidade financeira e gerenciando de forma eficaz os recursos disponíveis.

E ainda, empresas que se encontram em uma situação muito boa e satisfatória podem estar desfrutando de vantagens competitivas, como uma proposta única de valor, excelente atendimento ao cliente ou eficiência operacional, de forma que a satisfação dos empreendedores pode refletir o sucesso alcançado.

Em relação à percepção de uma situação ruim, com dificuldades para manter, pode estar ligada a desafios financeiros, pressões externas ou fatores macroeconômicos que impactam adversamente o negócio, isso pode incluir falta de crédito, condições econômicas desfavoráveis ou eventos imprevisíveis.

A variação nas percepções também pode depender de fatores externos, como mudanças nas condições econômicas locais, políticas governamentais, ou mesmo eventos inesperados, como pandemias, que podem afetar de maneira desigual diferentes setores e negócios, desse modo, as diferentes avaliações podem refletir variações setoriais e de mercado. Setores específicos podem enfrentar desafios particulares, e a situação do negócio pode ser fortemente influenciada pela dinâmica do mercado em que atua.

Portanto, percebe-se que as diferentes percepções refletem a complexidade do ambiente empresarial e as diversas situações enfrentadas pelos empreendedores, de forma que a estratégias para melhorar a situação dos negócios podem envolver inovação, práticas de gestão sólida, adaptação às condições de mercado e, em alguns casos, ações para enfrentar desafios externos.

Gráfico 13: Adversidades para o negócio.



Fonte: Os autores (2023).

Os dados do gráfico 13 revelam os resultados sobre as adversidades para o negócio destacando uma série de desafios enfrentados pelos empreendedores, com uma ênfase significativa na ausência de crédito, carga tributária e burocracia.

A categoria ausência de crédito, carga tributária e burocracia foi a mais mencionada, por quase metade dos participantes (48,9%), apontando para a interconexão entre a ausência de crédito, uma carga tributária elevada e a burocracia. Esses desafios são frequentemente entrelaçados, pois a falta de crédito pode ser exacerbada pela carga tributária e pela complexidade burocrática.

Para cerca de 19,1% dos participantes os desafios estão relacionados ao baixo investimento e à falta de apoio, de modo que essa categoria destaca a importância do financiamento adequado e do suporte institucional para o desenvolvimento e crescimento dos negócios.

Além disso, a concorrência e a falta de credibilidade foram mencionadas por 12,8% dos participantes como adversidades para o negócio. A concorrência intensa pode gerar margens de lucro, enquanto a falta de credibilidade pode afetar a confiança dos clientes e parceiros comerciais.

A ausência de divulgação dos negócios e a baixa escolaridade foram mencionadas por 12,8% dos participantes como desafios, vale mencionar que a falta de visibilidade pode prejudicar a aquisição de clientes, enquanto a baixa escolaridade pode impactar a eficiência operacional e a tomada de decisões.

Analisando esses fatores, se pode afirmar que a ausência de crédito pode ser agravada pela carga tributária elevada, o que reduz a capacidade financeira dos negócios. Além disso,

uma burocracia excessiva pode dificultar o acesso a programas de crédito e contribuir para a falta de liquidez.

Por outro lado, a carga tributária elevada pode influenciar a revisão dos negócios, uma vez que a dificuldade no cumprimento das obrigações fiscais pode afetar a audiência da empresa, o que pode resultar em desconfiança por parte dos clientes, fornecedores e parceiros.

E ainda, o baixo investimento muitas vezes está associado à falta de apoio institucional, de modo que empreendedores que enfrentam dificuldades para obter financiamento ou não recebem apoio podem ter dificuldades em realizar investimentos necessários para a expansão e a inovação.

Não se pode deixar de mencionar que uma competição intensa pode exigir estratégias de divulgação para destacar o negócio no mercado, por isso, a falta de divulgação pode resultar em menor visibilidade, tornando os negócios mais vulneráveis à concorrência.

Outra situação relevante diz respeito à baixa escolaridade, que pode afetar a eficiência na gestão do negócio, bem como a capacidade de criar e implementar estratégias de divulgação, isso porque a falta de conhecimento pode limitar a adoção de práticas de gestão modernas e estratégias de marketing inovadoras.

Nesta perspectiva, muitas vezes, essas adversidades não atuam isoladamente. A ausência de crédito, carga tributária elevada, burocracia, baixo investimento e outros desafios podem se acumular, tornando a situação ainda mais difícil para os empreendedores. Portanto, as adversidades enfrentadas pelos empreendedores muitas vezes estão interligadas e encerradas uma abordagem abrangente para superá-las, por isso, estratégias que visam reduzir a burocracia, melhorar o acesso ao crédito, proporcionar apoio institucional, incentivar a inovação e fortalecer a educação empreendedora podem contribuir para enfrentar esses desafios de maneira mais eficaz.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou identificar e analisar os principais desafios enfrentados por empreendedores na região metropolitana de Belém, Estado do Pará, no contexto da gestão de micro e pequenas empresas. Através da caracterização do perfil dos empreendedores e da investigação das adversidades encontradas, o objetivo foi fornecer uma visão abrangente sobre as complexidades do ambiente empreendedor nessa localidade.

A análise do perfil dos empreendedores revelou uma diversidade notável, destacando-se a presença significativa de mulheres no cenário empreendedor da região metropolitana de Belém. Este resultado aponta para uma mudança no panorama tradicionalmente dominado por empreendedores masculinos, trazendo uma inclusão de gênero e uma busca por igualdade de oportunidades. No entanto, uma pesquisa também mostrou uma disparidade em relação aos

resultados de estudos anteriores, desafiando dados prévios do SEBRAE (2022) que indicavam uma predominância masculina.

Os dados destacaram, ainda, que a ausência de crédito, carga tributária elevada e burocracia foram os desafios mais prevalentes enfrentados pelos empreendedores na região. Essas adversidades, muitas vezes inter-relacionadas, representam barreiras significativas para o desenvolvimento e a sustentabilidade dos negócios locais. A falta de acesso ao crédito impacta diretamente na capacidade de investimento e expansão, enquanto a carga tributária elevada e a burocracia criam obstáculos adicionais à operação eficiente das empresas.

Além disso, outros desafios identificados incluíram baixo investimento, falta de apoio institucional, concorrência intensa, baixa competitividade, ausência de divulgação dos negócios e baixa escolaridade. Esses elementos fornecem uma visão mais ampla das complexidades enfrentadas pelos empreendedores locais, enfatizando a importância de estratégias multifacetadas para superar esses obstáculos.

As implicações práticas dos resultados sugerem a necessidade de intervenções governamentais e institucionais para aliviar os desafios enfrentados pelos empreendedores na região. Medidas que visam a simplificação da burocracia, a redução da carga tributária e o aumento do acesso ao crédito podem ter um impacto significativo no ambiente empreendedor. Além disso, programas de capacitação e suporte financeiro podem ser implementados para atender às necessidades específicas dos empreendedores locais, especialmente aqueles que enfrentam desafios relacionados à baixa escolaridade.

Nesse contexto, a promoção de ambientes projetados para o empreendedorismo também é fundamental. Iniciativas que incentivam a inovação, a divulgação de negócios e a construção de redes de apoio podem contribuir para o crescimento e a resiliência das micro e pequenas empresas.

Portanto, os resultados deste estudo oferecem insights importantes sobre os desafios enfrentados pelos empreendedores na região metropolitana de Belém, fornecendo uma base sólida para a formulação de políticas, programas de apoio e práticas destinadas a fortalecer o ecossistema empreendedor local.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. São Paulo: Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2015. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 22 out. 2022.

CAMARGO, Raquel Adriano Momm Maciel de; LOURENÇO, Mariane Lemos; FERREIRA, Jane Mendes. Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos? **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, p. 178-193, 2018.

CARDOSO, Antônia Maria Sousa Silva. **Empreendedorismo no Brasil: uma análise sobre os desafios e barreiras das organizações com baixo capital financeiro**. [S. l.], 2022. Disponível em: <http://repositorio.undb.edu.br/bitstream/areas/734/1/ANTONIA%20OMARIA%20SOUSA%20SILVA%20CARDOSO.pdf>. Acesso em: 21 out. 2022.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2020** (Relatório Nacional, em parceria com SEBRAE e IBQP, 2021). Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/10/GEM-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil-2020-web-1-compactado-compactado.pdf>. Acesso em: 28 out. 2022.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019** (Relatório Nacional pelo IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade 2019). Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2021** (Relatório Nacional, em parceria com SEBRAE e IBQP, 2022). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/PRESSKIT%2050%20ANOS.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.

JANSSEN, Nina. **A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/216673>. Acesso em: 20 out. 2022.

JUCEPA, Junta comercial do estado do Pará. **Abertura de empresas cresce no Pará nos primeiros cinco meses do ano**. 2021. Disponível em: <https://www.agenciapara.com.br/noticia/29017/abertura-de-empresas-cresce-no-para-nos-primeiros-cinco-meses-do-ano>. Acesso em: 28 out. 2022

JUCEPA, Junta comercial do estado do Pará. **Empreendedorismo jovem cresce 24% no Pará**. 2022. Disponível em: <https://agenciapara.com.br/noticia/36104/empreendedorismo-jovem-cresce-24-no-para-aponta-junta-comercial-do-para-jucepa>. Acesso em: 28 out. 2022

MELLO, Mario Fernando; NUNES, Luciano De Los Santos. A importância da Educação Empreendedora para a cultura e formação de novos empreendedores. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, v. 8, n. 13, p. 152-173, 2018.

Mapa de Empresas do Ministério da Economia - **Boletim do 3º quadrimestre/2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/ptbr/mapadeempresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-3o-quadrimestre-de-2021.pdf> Acesso em: 01 nov. 2022.

Antônio Renato Bezerra Noronha; Kátia Regina Matos Batista; Josy Cristiane Brabo Monteiro. **OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO NA GRANDE BELÉM - JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. 2024. FLUXO CONTÍNUO - FEVEREIRO-MARÇO**. Ed. 49. VOL. 01. Págs. 14-46. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculadefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculadefacit.edu.br.

PINHEIRO, Janaína Felix Diógenes; NETO, Macário Neri Ferreira. Fatores que contribuem para mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n. 7, p. 11107-11122, 2019.

ROCHA, LF; ROCHA, LMO; SANTOS, MAS dos; BRABO, MF; REBELLO, FK; MARTINS, CM Empreendedorismo universitário: Avaliação do perfil do Movimento Empresa Júnior em uma Instituição Federal de Ensino Superior da Amazônia. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 8, pág. e57984787, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i8.4787. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/4787>. Acesso em: 10 nov. 2023.

SANCHES, Vander Lúcio. **A Importância do Empreendedorismo para o Desenvolvimento Econômico No Brasil**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, 23 ago. 2018. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/desenvolvimento-economico>

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Atlas dos Pequenos Negócios. **Economia. Estudo Econômico. Microempreendedor Individual. Microempresa. Empresa de Pequeno Porte. SEBRAE II**. N 1. ed. Brasília - DF: SEBRAE, 2022. 120 p. ISBN 978-65-998433-0-3. Disponível em: https://datasebrae.com.br/documentos2/docs/Livro_Atlas_dos_Peq_Neg_Sebrae_V8.pdf. Acesso em: 22 out. 2022.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Atlas dos Pequenos Negócios. **Como superar as dificuldades de empreender no Brasil**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-superar-as-dificuldades-de-empreender-no-brasil,bc9ae0a0fbd72810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 28 out. 2022.

SEBRAE PARÁ, **empreendedorismo feminino paraense em destaque**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/para/especial-publicitario/sebrae-para/compre-do-pequeno-amazonia-market/noticia/2022/03/08/empreendedorismo-feminino-paraense-em-destaque.ghtml>. Acesso em: 01 nov. 2022.

SILVA, José Alan Barbosa; SILVA, Murilo Sergio Vieira. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019.

SOSNOWSKI, Alice Salvo. **Empreendedorismo para leigos**: 2018. N1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. 336 p. v. V1. ISBN 978-85-508-0245-6. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=u4dnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 22 out. 2022.