

EMPREENDEDORISMO: Apoio aos pequenos empreendedores da cidade de Passos

**João Marcos Fernandino EVANGELISTA¹; Adriana Carvalho de Menezes
DENDENA²; Pâmela Argondizo BRAGA³;**

RESUMO

O empreendedorismo vem a cada dia despertando o interesse de todos por vários motivos, principalmente pela necessidade de oferecer melhores produtos e serviços, além de nos colocar em contato com a possibilidade de criação dentro dos próprios negócios. Os mercados em geral, estão cheios de produtos e serviços, logo se não existir inovação nos novos negócios, seremos apenas mais um no contexto empresarial. Daí a importância de se destacar oferecendo serviços nunca antes oferecidos para vender os mesmos produtos que todos oferecem de maneira igual. Assim, esse projeto vem para auxiliar todos os pequenos empreendedores na cidade de Passos, com treinamentos específicos nas áreas de Marketing, Logística e Finanças, todos com foco em inovação. O objetivo desse projeto é capacitar esses pequenos empreendedores para competirem de maneira igual no mercado local e regional, levando até eles conhecimentos específicos, da área gerencial, capazes de maximizar os resultados dos seus negócios, garantindo maior sustentabilidade organizacional.

Palavras-chave:

Empreendedorismo; Inovação; Sustentabilidade.

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Passos. Passos/MG – E-mail: joao.evangelista@ifsuldeminas.edu.br

² Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Passos. Passos/MG – E-mail: adriana.dendena@ifsuldeminas.edu.br

³ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Passos. Passos/MG – E-mail: pamela.argondizobraga15@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Brasil tem se destacado no contexto mundial por sua iniciativa empreendedora. Existe uma forte tendência de crescimento, inclusive no empreendedorismo motivado pela oportunidade, que é mais do que o dobro em relação ao empreendedorismo por necessidade, resultado, sem dúvida, das iniciativas que as instituições públicas e privadas vêm desenvolvendo nesta direção no país, há algum tempo. É importante frisar que o empreendedor é o grande ator do crescimento econômico e do desenvolvimento sustentável de qualquer país.

Neste sentido, a iniciativa do IFSULDEMINAS – Campus Passos em implementar esse projeto, tem como principal objetivo orientar o pequeno empreendedor na cidade de Passos e prepará-lo melhor no enfrentamento das dificuldades mercadológicas de maneira inovadora.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Dornelas (2012) o conceito do empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas tendo o período de 2000 a 2010 como um marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que principalmente nos EUA, país onde o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado já há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido. No caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque, nos últimos anos, após varias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

Segundo Dornelas (2012), é oportuno, portanto, um estudo mais profundo a respeito do conceito de empreendedorismo, tendo em vista que a maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários. Esses nem sempre possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento. Isso reflete diretamente

no índice de mortalidade dessas pequenas empresas que, historicamente, superavam os 50% nos primeiros anos de atividade.

De acordo com Fernandes (2013), o Marketing e o empreendedorismo devem sempre caminhar juntos, uma vez que um precisa do outro em uma inter-relação que jamais deve ser esquecida. O marketing por si só, sem a atitude empreendedora é apenas uma teoria e empreender sem os essenciais conceitos de marketing é caminhar pelo doloroso e lento caminho do ensaio e erro. O entendimento do Mix de Marketing, suas estratégias de promoção, comunicação e penetração no mercado são essenciais para o sucesso de todo empreendimento.

A gestão financeira de pequenas e médias empresas passa por ferramentas essenciais ao negócio, capazes de gerenciar todos os recursos de capital necessários ao mesmo. Além disso, conhecer a fundo a estrutura do capital, fluxo de caixa, ciclo operacional, as oportunidades que o mercado oferece a estrutura de endividamento e os demonstrativos de resultado, maximiza a capacidade da empresa de sobreviver no ambiente de competição garantindo maior sustentabilidade a organização. (OLIVEIRA, 2010).

3. MATERIAL E MÉTODOS

O projeto foi desenvolvido no município de Passos/MG, dentro do IFSULDEMINAS Campus Passos, voltado principalmente para os pequenos empreendedores da cidade.

O professor orientador ministrou treinamentos em cada uma das áreas especificadas.

- Marketing: Função da Área, Estrutura, Elementos Estratégicos, 4Ps e 4Cs, Vendas, Pós-Vendas, Publicidade e Propaganda.
- Logística: Entendimento do Conceito, Administração de Materiais, Compras, Estoques, Distribuição, Movimentação e Armazenagem.
- Finanças: Fluxo de Caixa, Demonstração de Resultados, Ciclo Operacional, Custo de Oportunidade, Análise de Investimentos e Balanço Patrimonial.

O estudo dos temas foi feito em intervalos de 2 meses, de forma que os empreendedores pudessem usar esse tempo entre os treinamentos para aplicar os conceitos aprendidos, em seus negócios.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após realização de uma pesquisa entre os participantes, as respostas obtidas foram:

O projeto atendeu as expectativas dos participantes em 100%. Todos eles consideraram que as áreas abordadas são estratégicas dentro dos negócios participantes. Quando questionamos quais áreas eram mais importantes, em primeiro lugar Finanças e em segundo Logística, não descartando também a importância do Marketing que ficou em 3°. Todos eles acreditam que os temas são de extrema importância para as atividades diárias das empresas. Quando perguntamos sobre as ideias para possíveis próximas edições, os mesmos responderam que deveríamos mudar a estratégia de divulgação e aumentar o número de participantes para criar uma rede forte de relacionamento e troca de experiências.

5. CONCLUSÕES

O trabalho desenvolvido aconteceu de maneira satisfatória, apesar de não ter tido a participação de todos os inscritos até o final. A iniciativa de propor soluções gerenciais para pequenos empreendedores na cidade de Passos, só reforçou a necessidade que esses empresários têm de receber essas informações para gerenciar seus negócios de maneira mais eficiente, gerando sustentabilidade em longo prazo. Para possíveis próximas edições, um ajuste nos horários das aulas, além de uma melhor divulgação, poderá maximizar a participação de outras pequenas empresas no projeto.

6. REFERÊNCIAS

BARON, Robert; SHANE, Scott. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. – 4ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FERNANDES, M; ZENARO, M. **Marketing estratégico para organizações e empreendedores: guia prático e ações passo a passo**. 1ªed. São Paulo: Atlas, 2013.

HISRICH, D; PETERS, P; SHEPHERD, A. **Empreendedorismo**. 7^oed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

OLIVEIRA, E. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2^oed. São Paulo: Atlas, 2010.

WANKE, P; MAGALHÃES, A. **Logística para micro e pequenas empresas**. 1^oed. São Paulo: Atlas, 2012.