**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**

Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais

Curso de Ciências Contábeis

Bruna Melo Paula

Matheus Henrique Medeiros do Carmo

Paulo Henrique Almeida de Oliveira

**EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE**

Belo Horizonte

2016

Bruna Melo Paula

Matheus Henrique Medeiros do Carmo

Paulo Henrique Almeida de Oliveira

**EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE**

Trabalho apresentado a todas as disciplinas do 1° período Ciências Contábeis do instituto de Ciências Econômicas Gerenciais da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Orientador: Amilson Carlos Zanetti

Área de concentração: Ciências contábeis

Belo Horizonte

2016

SUMÁRIO

1. RESUMO4

2. INTRODUÇÃO5

3. DESENVOLVIMENTO7

3.1. OQUE É EMPREENDER?7

3.2. QUAIS OS OBJETIVOS DE UM MICROOEMPREENDEDOR8

3.3 QUE É CRISE ECONÔMICA? QUAIS SÃO OS PROBLEMAS DA CRISE ECONÔMICA?10

3.4 COMO A CRISE AFETA O EMPREENDEDORISMO11

3.5 QUAIS AS ESTRATÉGIAS PARA GANHAR MERCADO EM TEMPOS DE CRISE?12

3.6 COMO ESCOLHER OS PRODUTOS OU SERVIÇOS A OFERECER EM UMA NOVA EMPRESA13

4. ESTUDO DE CASO15

5. REFERENCIAL TEORICO16

6. CONCLUSÃO19

7. REFERÊNCIAS20

**1. RESUMO**

O presente artigo tem por objetivo analisar, pesquisar e entender quais as perspectivas de empreendedores em meio a uma crise econômica e quais os desafios enfrentam para escolher a melhor área em investir. Através de pesquisas e estudos sobre o assunto, percebemos que diversos autores veem a crise como um ponto positivo para quem deseja investir em um novo negócio, ou alavancar o sua pequena empresa devido as grandes oportunidades de contratos que podem conseguir, para uso ou para prestar seu próprio serviço.

Palavras chave: empreendedorismo, crise econômica, investimento**.**

**2. INTRODUÇÃO**

Devido ao grande número de desemprego que a crise econômica gera, as pessoas buscam outras opções de trabalho, entre estas opções, estão às micro e pequenas empresas. No Brasil atualmente passamos por uma crise econômica que afetou vários trabalhadores, principalmente em indústrias, e com essa alta de desemprego é notável as várias formas que as pessoas estão buscando para ganhar dinheiro.

Em Belo Horizonte, por exemplo, é perceptível o retorno dos vendedores ambulantes nas ruas do centro da capital, inclusive vendedores de balas nos ônibus, teve aumento também de vendedores de cosméticos e também, micro e pequenas empresas. As pessoas normalmente utilizam o acerto de salario das empresas em que trabalhavam para investir em algo e trabalhar para si mesmo, gerando assim sua própria renda. Algumas religiões também incentivam e dão certo apoio para os membros que resolvem tomar essa decisão, outra tem culto próprio para empreendedores, para motivar e dão palestras para as empresas terem sucesso e ser bem administradas. Mas como obter sucesso nestas organizações? O que deve ser feito para que multiplique o tamanho e o lucro dessas organizações? O que fazer para não começar um negócio como amador? E como sobreviver, manter e multiplicar o Capital Social na crise?

É muito difícil começar, ou abrir uma empresa sem saber com o que está lidando, e sem saber por onde começar, e é exatamente nessas horas que um contador e um administrador são imprescindíveis, uma empresa para ter sucesso precisa conhecer o mercado, planejar, organizar para depois agir e agir com eficiência e eficácia para ter sucesso e evolução, e também para ser sólida e resistir a uma crise econômica. Para sobreviver deve agir conforme o mercado e a demanda estão solicitando, deve ter criatividade e flexibilidade e para mudar se necessário, deve analisar os relatórios contábeis com cautela e cuidado para não passar nenhuma informação, deve diminuir os custos possíveis e aumentar a produção, aumentando assim o lucro.

Sendo assim, para abrir um empreendimento em tempos de crise é necessário conhecer a área que vai atuar, conhecer o mercado, os concorrentes, analisar a demanda e os custos, e ter profissionais que auxiliam na administração e nos relatórios, assim a empresa irá passar pela crise e consolidar no mercado, analisar se o investimento feito vai valer a pena e antes de tudo, deve planejar para não se precipitar.

**3 DESENVOLVIMENTO**

**3,1 O QUE É EMPREENDER?**

Empreender é basicamente pegar uma ideia e coloca-la em pratica e para que de certo é preciso trabalhar muito para fazer com que de certo para que não seja apenas um “plano” que deu errado.

Empreender não é apenas criar novos negócios/empresas, empreender e ter as melhores formas para criar algo diferente e que ira te dar dinheiro, mas sabendo que vai ter riscos financeiros, você pode ter muito problemas físicos e sociais por trabalhar muito.

Para começar a empreender tem que ter um “autor” alguém que de a ideia ou um grupo de pessoas que comecem a empresa investindo com dinheiro e com trabalhos físicos. Um empreendedor não possui todas as competências para empreender, mas com ajudas ou com a coragem se tornam grandes empreendedores. Isso é o que acontece com os sócios nem sempre participam com trabalhos físicos, mas entram com o dinheiro e com isso a empresa vai crescendo.

Um empreendedor não é apenas aquele que tem uma empresa, empreendedor é aquele que esta o tempo todo procurando alguma forma de melhorar algo ou criar algo novo. Um empreendedor vai estar sempre correndo um risco de perder tudo que tem e por isso não pode ter medo de falhar e por isso cada dia o empreendedor vai estar atrás de algo melhor.

**3.2 QUAIS OS OBJETIVOS DE UM MICROEMPREENDEDOR**

Uma microempresa é uma organização de com no máximo 10 funcionários, dentre eles, o dono da empresa também faz papel como funcionário, no máximo um gerente. Seu faturamento anual é menor, permitindo que o pagamento de alíquotas e tributos possa ser processado de forma simples. No Brasil as microempresas desempenham um importante papel para a economia da nação, sabendo que, as mesmas tem uma parcela significativa no mercado, porem em tempos de crise, as mesmas sofrem grande impacto administrativo e econômico.

No Brasil, as microempresas e as empresas de pequeno porte podem optar por dois tipos de alíquotas, sendo elas, Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, conhecido como Simples Nacional, Instituído em 1997 pela lei nº 9.317, de 1996.

De acordo com a legislação atual, a microempresa (ME) é a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada ou o empresário, que no final do exercício durante 1 ano teve de receita bruta um valor igual ou inferior a R$ 360.000,00. Do outro lado a Empresa de Pequeno Porte é aquela que, no final do exercício de 1 ano, obtém valor igual ou superior a R$ 360.000,00 e valor inferior ou igual há R$ 3.600.000,00.

Sabendo disso, o microempreendedor deve ter uma expectativa e um planejamento de quanto ele pretende ter de receita bruta, pois dependendo disso, o valor pago em alíquotas e normas de exigências de órgãos fiscalizadores de determinados setores pode ser alto ou baixo, sendo assim, vale a pena estudar em qual setor do mercado o microempreendedor vai entrar. A ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) é uma das organizações que tem como objetivo a sobre a regulação de medicamentos, alimentos, agrotóxicos e outros produtos sujeitos à vigilância sanitária.

O objetivo dos microempreendedores primeiramente é conseguir permanecer no mercado usando estratégias dos administradores e informações da contabilidade. Planejar diz respeito à definição dos objetivos, quais resultados querem ser alcançado, como conseguir realizar o plano, quais serão os instrumentos tecnológicos ou não a serem utilizados, qual o proposito do plano, e ate que ponto as organizações pretendem alcançar.

A Organização dentro da administração é a função responsável pela distribuição do trabalho, colocar cada peça aonde ela se encaixa melhor, para que ao iniciar o plano, haja certeza que haverá eficácia e eficiência quando as tarefas forem passadas por determinado setor na entidade, e garantir a integração entre diversos setores.

A direção consiste na condução da empresa no alcance dos objetivos traçados. Nesse contexto, o papel do líder é fundamental, na medida em que ele contribui com o alinhamento institucional e para a motivação dos colaboradores sob a sua responsabilidade.

Se esses processos forem feitos com qualidade, o administrador ou o dono do negocio provavelmente receberam a consequência do trabalho feito. Sendo assim, o segundo objetivo do microempreendedor é aumentar seu lucro, como padrão de qualquer ofertante, seu objetivo é gastar menos para produzir e vender mais com o maior preço possível.

Uma pesquisa feita pela folha em 2015 mostra que aproximadamente metade das empresas fecharam em cerca de 4 anos. Segundo o repórter Bruno Villas Bôas:

“Das 694 mil empresas que nasceram em 2009, apenas 47,5% ainda estavam em funcionamento em 2013. Após o primeiro ano de funcionamento 158 mil fecharam as portas, segundo a pesquisa. (BÔAS, 2015)

Manter a ordem do estabelecimento, manter um bem ou serviço de qualidade para os clientes, ter boas pessoas trabalhando no marketing, ser reconhecido pelo seu produto ou serviço, entre outros padrões que devem ser estabelecidos pela administração para que a microempresa continue no mercado

**3.3 O QUE É CRISE ECONÔMICA? QUAIS SÃO OS PROBLEMAS DA CRISE ECONÔMICA?**

A crise econômica é uma mudança brusca ou uma situação de falta e por isso a crise econômica é um período de escassez de produção, de comercialização e de consumo.

A crise econômica pode ser generalizada, quebrando todos os índices ou a crise pode afetar algum setor em especial como a crise de oferta e a crise de procura. Outro tipo de crise que é conhecido como bolha financeira ou bolha especulativa que é quando as ações são negociadas a um valor muito superior do que realmente vale ate deixar de ser comprada caindo a pique.

Com essa crise no seu ápice esta muito difícil para a população sobreviver pois cada dia que passa só aumenta os desempregos e com as empresas fechando as portas. Com a crise as taxas de juros estão muito altas e com isso é bom evitar dividas para não cair nos juros que serão caros.

Ainda estamos em crise e ainda pode piorar, mas tem que aguenta-la sem entrar em dividas. Toda crise passa só não sabemos o tempo que ela ira durar e por isso é bom segurar e manter as contas só gastando o necessário e esperar pela melhora da crise financeira.

**3.4 COMO A CRISE AFETA O EMPREENDEDORISMO?**

O Brasil está em uma crise que está afetando empresários donos de pequenas, medias e grandes empresa e consequentemente grande parte da população está ficando desempregada principalmente as que trabalham em pequenas empresas, por causa dos ajustes fiscais, aumento de juros, taxas e impostos que o governo acha necessário para que o pais cresça economicamente e supere a crise.

A maioria dos empresários e donos de empresas realizam corte de gastos e com isso acabam mandando funcionários embora. A pergunta que todos os microempreendedores estão fazendo é: como enfrentar a crise sem fechar sua empresa ou perder o seu negócio?

A crise está afetando os microempreendedores de duas formar do lado micro e do lado macro. Pelo lado micro, explica-se pelo ponto de vista do consumidor. O consumidor sente a instabilidade e isso afeta a confiança dele, fazendo com que ele pense mais antes de consumir algo. Ele poupa o máximo, pois não sabe se estará empregado ou se sua empresa estará aberta. Menos gastos significam menor consumo e por consequência, menores vendas no varejo.

Já, pelo lado macro o problema e a falta de governo a qual o Brasil está passando. Essa falta de governo está afetando a economia, pois a inflação está correndo, o poder de compra diminuindo e faltando investimento.

Para os empreendedores a recomendação e que se preparem para a crise, pois ela pode melhorar ou continuar por mais alguns anos. Alguns momentos de crise podem ser épocas de grandes oportunidades de negócios.

Os empreendedores devem retardar alguns investimentos, adiar algumas decisões estratégicas que envolva expansão de negócios que envolva muito dinheiro e esperar para ter uma visão melhor do que está vindo por ai. O Brasil não vai parar isso é verdade, mas vai ter uma redução do nível de atividade econômica.

Não há como evitar a crise econômica, mas com prudência e muita calma certamente vai ajudar aos microempreendedores a sobreviver a esta crise.

**3.5 QUAIS AS ESTRATÉGIAS PARA GANHAR MERCADO EM TEMPOS DE CRISE?**

Segundo Marcelo Caetano:

“Acho que a discussão que está em jogo é muito sobre competência. Não estou dizendo que se cai é porque é incompetente. Mas, claramente, você tem que ser mais competente. Eu tenho feito uma analogia que traduz bem isso: tem menos peixe no rio, você tem que saber pescar melhor”.

A melhor maneira de vencer a crise é através do marketing, e da fidelização de clientes. Segundo Marcelo Caetano, “tem menos peixe no rio, você tem que saber pescar melhor”; isto significa que se tem menos clientes no mercado, as organizações devem saber cuidar melhor dos que tem e selecionar melhor sua capitação, fazer mais contatos e eliminar da cartela de clientes aqueles que não adquirem mais produtos. As empresas devem também aproveitar as oportunidades de contratos e logística que a crise ocasiona, da mesma forma que uma quer vencer e sobressair na crise os fornecedores também estão na mesma luta para sobreviver e manter sua tabela de clientes e isto gera uma redução nos contratos, nos produtos, e consequentemente no custo, e gera benefícios para ambos os lados. Outro fator que as empresas devem fazer promoções de verdade, valorizar os funcionários que estão comprometidos com a causa da empresa, com premiações e prêmios sob metas e afins.

**3.6 COMO ESCOLHER OS PRODUTOS OU SERVIÇOS A OFERECER EM UMA NOVA EMPRESA?**

O primeiro passo para se abrir uma empresa é pensar a priori qual seria o tamanho da empresa, não somente em questão de metros quadrados , mas na medição de aonde o empreendedor quer chegar. Primeiro se faz o contrato social, em que são relacionados aspectos práticos do funcionamento do negócio, como definição básica da empresa (nome, endereço e atividade), o capital social (valor ou bens investidos) e a relação entre ossócios e a divisão dos lucros.

Segundamente escolher o tamanho da empresa, sendo assim, escolhendo o regime de tributação da empresa, sendo mais objetivo, saber quanto que o empreendedor quer pagar de alíquotas. Quanto mais a empresa fatura, mais alíquotas ela deve pagar ao governo.

Terceiramente escolher aonde a empresa física vai ficar, ou ate, caso não seja bom para o empreendedor criar uma empresa on-line como as atuais “franquias home based” ou franquias baseadas em casa, que estão crescendo muito no Brasil com a tendência das pessoas de trabalhar em casa.

Quando falamos de empreendedorismo todos nos temos ideias engenhosas de coisas jamais criadas que ao entrar no mercado vão “explodir” e assim o empreendedor vai ficar milionário em meses. Bem, pode ser assim, entretanto, pode-se também entrar no mercado vendendo coisas que já existem, contudo, o empreendedor vai pensar por que um cliente escolheria o produto ou serviço de seu próprio negocio, a escolher um produto ou serviço de outro negocio.

Um exemplo bastante usado é o de do salão de beleza. O setor de beleza e estética é outro que não para de crescer nos últimos anos. Com o aumento da renda dos brasileiros, principalmente das brasileiras, que gastam segundo a reportagem feita no dia 4 de agosto de 2015 pela revista Veja:

“[...] anualmente, 20,3 bilhões de reais com serviços de cabeleireiros, manicure e pedicure, segundo dados divulgados nesta terça-feira pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). O número é 18% superior aos gastos com cursos regulares de educação (da pré-escola ao segundo grau), que somam 17,24 bilhões de reais por ano. O resultado também supera os 19,86 bilhões de reais, referente ao volume anual gasto com alimentos básicos, como aves e ovos.”( KNAPP, 2015)

Outro segmento que se bem estruturado e que sempre teve um bom retorno aos empreendedores do ramo é o de bares e lanchonetes. Em ambos os casos é um produto homogêneo, não é o estabelecimento que produz no caso ele compra a mercadoria de terceiros e o ponto que diferencia um de outro é a localização e a diferenciação do produto. Sabemos que a mesma cerveja que é vendida no Bar do João é a mesma do Bar do José, entretanto, no Bar do José as cadeiras são mais confortáveis, quando o cliente chega, o mesmo é sempre é bem atendido. Logo o preço do Bar do José pode ser o mesmo ou ate maior do Bar do João, claro que não com diferenças grandes de preço, a tendência do cliente é, entre esses 2 bares ele escolher o Bar do José.

Com isso, a escolha do produto ou serviço tem que ser bem pensada, mas algo que vale muito para um empreendedor, são estratégias usadas por administradores e um marketing inovador. Não é por que estamos em uma crise que deveremos reprimir nosso espirito de empreendedor, querer ser o próprio chefe, realizar sonhos e afins. Muito pelo contrário, em momentos de crise surgem ótimas oportunidades de negócios. O importante é se preparar para a crise, para não ser pego de surpresa.

**4. ESTUDO DE CASO**

Empresa: Hisshô Sushi Bar

Hisshô é uma empresa inaugurada no 2° semestre de 2016, e entra no ramo de bares e restaurantes. Caracterizada pela culinária oriental, o restaurante é situado no bairro ouro preto, próximo a Avenida Fleming e disputa clientes com somente dois restaurantes dessa característica nas proximidades. Levando em conta o desenvolvimento desse trabalho, o Hisshô serve comidas e bebidas especiais a um preço igual ao dos seus concorrentes, o que significa preferencia dos consumidores. A empresa é caracterizada pelo simples, ou seja, as alíquotas pagas são menores que a de suas concorrentes. Entretanto, Hisshô se localiza próximo a Avenida Fleming, avenida que tem fama de muitos bares e restaurantes, a qual também ficam seus dois concorrentes, sendo assim, a perca de clientes pelo lugar aonde fica Hisshô também é significativa.

A propaganda de marketing do restaurante Hisshô também é boa. Levando em conta que as pessoas costumam sair de casa as quintas-feiras, sextas-feiras e sábados, Hisshô propôs promoções de nas segundas compra-se um yakisoba e leva outro, as terças são doses duplas de saquê (bebida alcoólica tradicional japonesa) e as quartas promoções de cervejas long neck. O Hisshô também conta com um ambiente aconchegante, uma ótima opção para o Happy Hour com os amigos, ou seja, com essas promoções é provável que aumente o numero de clientes nesses dias e não resumindo seu calendário entre as quintas e os sábados.

Podemos dizer que o Hisshô sendo um empreendimento novo tem capacidade e disputa mercado com os demais restaurantes do mesmo tipo. A qualidade do produto é excelente, o ambiente e o atendimento são ótimos, o que poderia ser um projeto futuro para os administradores da empresa é aumentar o ambiente no mesmo endereço para que suporte mais clientes e com isso aumentar o lucro.

**5. REFERENCIAL TEÓRICO**

Segundo Patrício Cortes “as crises sempre são fontes de oportunidades”, porém esse ponto de vista pode ser divido entre pessimistas e otimistas. Existe sim oportunidades na crise econômica para novos empreendedores e também para os pequenos que querem alavancar seu negócio em meio à crise, estas oportunidades surgem através de queda no preço dos ativos, oportunidades em melhores contratos, ou até mesmo venda do seu serviço, e através de investimento correto. Para Patrício existe três tipos de empreendedores na crise, são eles: o empreendedorismo de oportunidade, o empreendedorismo de por necessidade, e o próprio empreendedorismo.

O empreendedorismo de oportunidade, é devido à visão de aproveitar algumas vantagens comerciais que a crise econômica gera, como os contratos mais vantajosos, diminuição no preço de alguns produtos. Um exemplo seria se um empresário resolve abrir um negócio em meio a crise, na hora de planejar e decidir em qual área investir, ele deve analisar fatos econômicos como a queda de demanda dos bens de luxo, como a renda familiar pode ter caído a opção por bens de luxo das famílias também podem diminuir e optar por um bem inferior, dessa forma não vale a pena investir em bens ou serviços de luxo.

O empreendedorismo por necessidade, é aquele que à crise atingiu sua empresa e foi demitido, cansado de procurar emprego e não conseguir ou de ter o sonho do seu próprio negócio, resolve investir seu acerto para manter sua renda, em alguns casos pode ir até para o empreendedorismo informal, como os vendedores de bala nos ônibus e camelôs.

Já o empreendedorismo, é no sentido amplo da palavra, seria a facilidade no arrendamento de uma empresa, a diminuição dos ativos, negociação de insumos, altos descontos ou parcelas sem juros, e assim por diante.

Em meio há tantos métodos o objetivo é um só em todos: o lucro. O principal desafio em meio a este eixo é conseguir sobreviver ao comércio instável que a crise gera, escolhendo a melhor forma de investir, fazendo estudos de mercado, conhecendo os correntes, fazendo pesquisas de preços constantemente e elaborando metas sempre. O marketing tem papel fundamental em tudo isso e principalmente tentar consolidar a marca ou a empresa no mercado, através de campanhas publicitárias e pesquisa com clientes.

Algumas Igrejas em busca de atrair fiéis, incentivam bastante seus membros a abrir seu próprio negócio, na Igreja Batista da Lagoinha de Belo Horizonte por exemplo, toda semana tem o CRIE (Cristãos Empresários) o culto é iniciado com oração e depois usando alguma referencia bíblica é dado palestras de incentivo, ou sobre o próprio mercado, ajuda também pessoas que estão fora do mercado de trabalho e desejam se ingressar novamente, dando palestras de como se comportar em uma entrevista por exemplo, e tem muitas parcerias com grandes empresas, e órgãos públicos, que oferecem vagas de empregos ou até mesmo investidores para algum negócio inovador.

“Os focos serão também acompanhar os empresários, promover a troca de experiências e incentivar a comunhão entre eles.” (VALADÃO, 2014).

A crise gera sim muitas oportunidades, mas nem por isso deixa de ser crise, há também seus pontos negativos e entre estes fatores está a insegurança dos consumidores que por medo dessa fase instável ou de ficar desempregados passam a polpar mais, a diminuição de investidores, a alta tributação do país para empresas, a alta fiscalização que gera, como exemplo temos os ficais nas ruas de Belo Horizonte que inibem o trabalho dos comerciantes irregulares (camelôs). Segundo, Aldo Gonçalves, “a inflação alta que corrói o salário do trabalhador e, também, o desemprego. As pessoas sem trabalho não podem comprar, não podem consumir”, o que causa muitas vezes o fim de muitas empresas e microempresas. Causando assim alto índice de desemprego no país, e diminuição da demanda de muitos bens. E para driblar e vencer esse momento é preciso criatividade, inovação,

Motivação, negociação e principalmente o perfil empreendedor, que é entusiasmado, que não desiste e que define metas que possa alcançar. Segundo Filomena Garcia:

O empreendedor não é apenas aquele que acredita em si mesmo, mas aquele que acredita no seu poder de realização, na capacidade de engajar os outros a seguirem na mesma direção. É essa crença que o move no momento em que decide empreender*.*

Esta crença a qual a autora se refere deve incluir a crença de que a empresa vai se consolidar no mercado e vai vencer a crise através de seus métodos administrativos e acompanhamentos contábeis, para dirigir e planejar com segurança é preciso conhecer o mercado e analisar os dados fornecidos pela contabilidade para tomar as melhores decisões e investir da maneira correta. Pedir crédito somente quando realmente for preciso e negociar o máximo com os fornecedores até conseguir um contrato com menor custo, em caso de novas empresas o investimento deve ser analisado sob as maiores necessidades dos consumidores, em bens de maior essencialidade e utilidade, bens supérfluos tendem a cair a procura de consumidores.

**6. CONCLUSÃO**

A crise econômica esta afetando muito o Brasil e como vimos no trabalho muitos brasileiros estão perdendo os empregos e correndo atrás de novas formas de ganhar dinheiro para se sustentar. Muitas pessoas abrem um negocio com o dinheiro de seus acertos, mas nem sempre o negocio vai para frente, pois muitas vezes essas pessoas entram no mercado sem saber como sobreviver nele e sem saber como funciona.

Sabemos que para abrir um negocio precisamos da ajuda de um contador para saber como é toda a parte da lei sobre empresas e também da ajuda de administrador para saber como administrar a empresa sem deixar com que ela feche ou leve prejuízo.

Para abrir uma microempresa deve se saber que só pode ter 10 funcionários contando com o dono e por ser uma empresa “menor” e por isso fatura menos durante o ano. Dentro dessa microempresa deve ter muita organização para distribuir o trabalho certo para cada funcionário.

E com isso concluímos que a crise esta afetando muito o brasileiro, mas muitos desses que estão abrindo microempresas podem conseguir crescer com a crise fazendo e produzindo coisas novas e inovadoras, fazendo com que as pessoas olhem e ache curioso e tenham vontade de comprar.

**7. REFERÊNCIAS**

COMO GANHAR MERCADO EM TEMPO DE CRISE?. FRANÇA, André. São Paulo, 10 de dezembro de 2015. Disponível em http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/como-ganhar-mercado-em-tempo-de-crise/92163/. Acesso em 21 de out.2016

CONCEITO DE CRISE ECONOMICA. Conceito. 25 de maio de 2011. Disponível em: http://conceito.de/crise-economica. Acesso em 22 de outubro de 2015.

CRISE ECONÔMICA JÁ TRAZ MUITOS PROBLEMAS PARA A VIDA DOS BRASILEIROS. Blastingnews LUIS, André. São Paulo , 9 de outubro de 2015. Disponível em: http://br.blastingnews.com/economia/2015/10/crise-economica-ja-traz-muitos-problemas-para-a-vida-dos-brasileiros-00550605.html. Acesso em 22 de outubro de 2016

CRISE POLÍTICO-ECONÔMICA: ANÁLISE E PERSPECTIVAS PARA O MICRO E PEQUENO EMPREENDEDOR BRASILEIRO. Sistema de Gestão Nas Nuvens. São Paulo, 22 de abril de 2016. Disponível em:< http://blog.siac.net.br/crise-politico-economica-analise-e-perspectivas-para-o-micro-e-pequeno-empreendedor-brasileiro/>. Acesso em 4 de set. 2016.

CULTO DOS EMPRESÁRIOS SERÁ DIRIGIDO PELO PR. ANDRÉ VALADÃO. Lagoinha. VALADÃO, André. São Paulo 20 de julho de 2014. Disponível em: http://www.lagoinha.com/ibl-noticia/culto-dos-empresarios-sera-dirigido-pelo-pr-andre-valadao/. Acesso em 17 de outubro de 2016.

EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE. Fundação Dom Cabral. CORTÉS, Patricio. Universidad del Desarrollo, do Chile. Santiago, 13 de maio de 2013. Disponível em: http://www.fdc.org.br/blogespacodialogo/Lists/Postagens/Post. aspx?ID=20. Acesso em 15 de outubro de 2016.

EMPREENDER É ACREDITAR SEMPRE, MESMO EM TEMPOS DE CRISE. GARCIA, Filomena. UOL, Economia. 15 de setembro de 2015.Disponivel em: http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/filomena-garcia/2015/09/15/empreender-e-acreditar-sempre-mesmo-em-tempos-de-crise.htm. Acesso em 18 de outubro de 2016.

INFLAÇÃO E DESEMPREGO FECHAM MAIS DE 6 MIL LOJAS NO RIO. Exame. São Paulo, 9 de outubro 2016. Disponível em: http://exame.abril.com.br/economia/inflacao-e-desemprego-fecham-mais-de-6-mil-lojas-no-rio/. Acesso em 20 de outubro de 2016.

MAS, AFINAL, O QUE É EMPREENDER?. Pequenas empresas, Grandes Negócios, Globo. HASHIMOTO, Marcos. São Paulo, 1 de setembro de 2014.Disponivel em : http://revistapegn.globo.com/Colunistas/Marcos-Hashimoto/noticia/2014/09/mas-afinal-o-que-e-empreender.html. Acesso em 22 de outubro de 2016

METADE DAS EMPRESAS FECHA AS PORTAS NO BRASIL APÓS QUATRO ANOS, DIZ IBGE. Folha de São Paulo. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/09/1677729-metade-das-empresas-fecha-as-portas-no-brasil-apos-quatro-anos-diz-ibge.shtml>. Acesso em 7 de out. 2016.

MICROEMPRESA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Microempresa&oldid=46781305>. Acesso em: 5 out. 2016.

O EFEITO DA CRISE ECONÔMICA SOBRE AS MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL. SOLOW, Arthur. São Paulo 27 de Abril de 2016. http://terracoeconomico.com.br/o-efeito-da-crise-economica-sobre-as-motivacoes-para-empreender-no-brasil. Acesso em 14 de outubro de 2016.

# O QUE SIGNIFICA EMPREENDER?. Saia do Lugar. 10 de novembro de 2015. Disponível em : http://saiadolugar.com.br/o-que-significa-empreender/. Acesso em 22 de outubro de 2016