

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO ESPÍRITO
SANTO – CAMPUS GUARAPARI
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Gabriel Figueiredo Lemos de Oliveira Maia

**AS DIFICULDADES DE EMPREENDER NAS FEIRAS DE ARTESANATO NO
MUNICÍPIO DE GUARAPARI**

**Guarapari - ES
2023**

Gabriel Figueiredo Lemos de Oliveira Maia

**AS DIFICULDADES DE EMPREENDER NAS FEIRAS DE ARTESANATO NO
MUNICÍPIO DE GUARAPARI**

Trabalho apresentado no Curso de Bacharelado em Administração, do Instituto Federal do Espírito Santo - Campus Guarapari.

Professor (a): Virgínia de Paula Batista Carvalho

Guarapari
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Instituto Federal do Espírito Santo – *Campus* Guarapari

M217d Maia, Gabriel Figueiredo Lemos de Oliveira

As dificuldades de empreender nas feiras de artesanato no município de Guarapari. – 2023.
44 f.

Orientador (a): Virgínia de Paula Batista Carvalho.
Monografia (Graduação) – Instituto Federal do Espírito Santo, Campus Guarapari, Bacharelado em Administração, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Burocracia. I. Carvalho, Virgínia de Paula Batista. II. Instituto Federal do Espírito Santo. III. Título.

CDD: 658.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
GUA - DIRETORIA DE ENSINO



TERMO Nº 1/2024 - GUA-DIREN (11.02.22.08)

Nº do Protocolo: 23183.000222/2024-11

Guarapari-ES, 07 de fevereiro de 2024.

GABRIEL FIGUEIREDO LEMOS DE OLIVEIRA MAIA

AS DIFICULDADES DE EMPREENDER EM GUARAPARI

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do IFES (Campus Guarapari), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 07 de dezembro de 2023

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. M. Sc. Virgínia de Paula Batista Carvalho
Instituto Federal do Espírito Santo
Orientadora

Prof. M. Sc. Eduarda De Biase Ferrai Gomes
Instituto Federal do Espírito Santo
Membro Interno

Prof. M. Sc. Simone de Souza Christo
Instituto Federal do Espírito Santo
Membro Interno

Assinaturas da Comissão Examinadora

(Assinado digitalmente em 22/02/2024 08:15)
EDUARDA DE BIASE FERRARI GOMES
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
GUA-CCTAR (11.02.22.01.08.01.10)
Matricula: 1657054

(Assinado digitalmente em 09/02/2024 11:51)
SIMONE DE SOUZA CHRISTO
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
GUA-CCTA (11.02.22.01.08.01.05)
Matricula: 1808579

(Assinado digitalmente em 07/02/2024 11:53)
VIRGINIA DE PAULA BATISTA CARVALHO
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
GUA-DIREN (11.02.22.08)
Matricula: 1985532

Visualize o documento original em <https://sipac.ifes.edu.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: 1, ano: 2024, tipo: TERMO, data de emissão: 07/02/2024 e o código de verificação: 3546147291

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO	15
2.2 BUROCRACIAS E IMPOSTOS	17
2.3 DESAFIOS DA SAZONALIDADE E DO TURISMO	18
2.4 EMPREENDEDORISMO EM GUARAPARI	20
3 METODOLOGIA	21
3.1 COLETA DE DADOS	22
4 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES	23
4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS	23
4.2- AS DIFICULDADES E DESAFIOS DE EMPREENDER	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS	
REFERÊNCIAS	

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as práticas de gestão e entendimento das dificuldades dos empreendedores das feiras de verão do município de Guarapari. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratório-explicativa com abordagem qualitativa, que envolveu a coleta de dados por meio de um questionário com empresários locais. O referencial teórico aborda conceitos sobre empreendedorismo, burocracias e impostos, desafios da sazonalidade e do turismo, além de destacar a importância das microempresas para o desenvolvimento econômico do país. Os resultados indicam que os empreendedores de Guarapari enfrentam diversos obstáculos, como a falta de apoio governamental, a concorrência desleal, a sazonalidade do turismo e a falta de capacitação em gestão. No entanto, também foram identificadas estratégias adotadas pelos empresários para superar essas dificuldades, como a diversificação de produtos e serviços, a busca por parcerias e a utilização de tecnologias. Conclui-se que o estudo contribui para a compreensão dos desafios do empreendedorismo em Guarapari e pode servir como base para a elaboração de políticas públicas e programas de capacitação para os empresários locais.

Palavras-chave: Burocracia. Empreendedores. Dificuldades. Burocracias. Guarapari. Turismo. Sazonalidade. Impostos.

ABSTRACT

This work aims to analyze the management practices and understanding of the challenges faced by entrepreneurs in the summer markets of the municipality of Guarapari. To achieve this, an exploratory-explanatory qualitative research was conducted, involving data collection through a questionnaire with local business owners. The theoretical framework addresses concepts related to entrepreneurship, bureaucracy, taxes, challenges of seasonality and tourism, emphasizing the importance of microenterprises for the country's economic development. The results indicate that entrepreneurs in Guarapari face various obstacles, such as lack of government support, unfair competition, seasonality of tourism, and a lack of management training. However, strategies adopted by entrepreneurs to overcome these challenges were also identified, including product and service diversification, seeking partnerships, and using technology. In conclusion, the study contributes to understanding the challenges of entrepreneurship in Guarapari and may serve as a basis for the development of public policies and training programs for local entrepreneurs.

Keywords: Bureaucracy. Entrepreneurs. Difficulties. Bureaucracies. Guarapari. Tourism. Seasonality. Taxes.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados

Gráfico 2 - Gênero dos entrevistados

Gráfico 3 - Escolaridade

Gráfico 4 - Renda mensal

Gráfico 5 - Tempo de experiência empreendendo

Gráfico 6 - Dificuldades de obter financiamentos

Gráfico 7 - O maior desafio para manter um negócio sustentável no Brasil

Gráfico 8 - Preparo do sistema educacional brasileiro para o mercado de negócios

Gráfico 9 - Sazonalidade no empreendedorismo de Guarapari

Gráfico 10 - Futuro do empreendedorismo em Guarapari

Gráfico 11 - Eficácia das políticas governamentais de incentivo ao empreendedorismo no Brasil

Gráfico 12 - Burocracia excessiva no Brasil

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo faz parte da cultura brasileira de forma ativa, tanto socialmente quanto economicamente. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (2020) em 2020, segundo estimativas, 44 milhões de brasileiros estavam à frente de algum tipo de empreendimento, o que corresponde a uma taxa de empreendedorismo total de 31,6%, fazendo com que muitos brasileiros busquem uma renda extra ou renda ativa de forma autônoma nos segmentos. Ainda de acordo com o GEM (2020), o Brasil teve uma taxa de empreendedorismo inicial de 24,4% no ano de 2019, o que significa que cerca de 25 em cada 100 brasileiros adultos estavam envolvidos na criação ou gestão de um negócio com até 3,5 anos de atividade.

O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2014)

Para Siqueira e Guimarães:

As novas condições produzem um contingente de trabalhadores que cria estratégias de sobrevivência em torno de alternativas precárias, como autônomos ou assalariados informais. Numa análise mais pessimista, pode representar certa resignação frente ao desemprego, reforçando a cultura do trabalho. Mas, por outro lado, significa uma grande capacidade dos grupos subalternos de, mesmo diante do risco, da insegurança e da incerteza, desenvolverem estratégias de sobrevivência. No caso brasileiro, suscita até mesmo certa "inveja dessa gente, que vai em frente sem não ter com quem contar" (SIQUEIRA & GUIMARÃES, 2003)

Porém, segundo um estudo realizado pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2023), mais da metade das pequenas empresas no Brasil (55%) têm uma parcela significativa de suas receitas comprometida com o pagamento de contas em atraso. Mais especificamente, essas empresas destinam 30% ou mais do seu faturamento para quitar dívidas pendentes.

De acordo com o relatório Doing Business 2020 (2019), do Banco Mundial, o Brasil ocupa a posição 124ª no ranking que avalia a facilidade de se fazer negócios em 190 países. O país tem uma posição pior do que a média dos países da América Latina e Caribe. Também por conta disso, a necessidade de reforma tributária no Brasil é algo discutido conforme o número crescente de gargalos que ocasionam no processo de empreender, conforme a Secretaria do Tesouro Nacional (2021), no ano de 2021, o montante de impostos e tributos brutos recolhidos pelo governo geral, que inclui o governo central, estados e municípios, totalizou 33,90% do Produto Interno Bruto (PIB). Esse valor é maior em 2,14 pontos percentuais do PIB em relação ao ano de 2020.

Para estimular esse desenvolvimento é necessário diminuir a burocracia dos processos de abertura das empresas; criar linhas de crédito mais acessíveis e com menores taxas de juros aos empresários; tornar a legislação brasileira menos complexa e ampliar a disseminação da educação empreendedora, em todos os níveis de ensino. (AFFONSO; RUWER; GIACOMELLI, 2019).

Para Oliveira (2014) observou, várias são as razões que impulsionam uma pessoa a abraçar o empreendedorismo ou, potencialmente, a adotar o registro como Microempreendedor Individual (MEI). Entre essas razões, destaca as necessidades individuais, oportunidades de mercado, aspirações pessoais, busca por independência financeira, atração pela flexibilidade no trabalho e até mesmo a falta de emprego.

Empreendedores possuem uma mentalidade diferente de outras pessoas. Em situações específicas, um empreendedor pode ter um modo de pensar diferente quando comparado a outras atividades ou ambientes de decisão. É frequente que os empreendedores tomem decisões em ambientes altamente incertos, arriscados e com pressão de tempo e emocional significativos. Nessas circunstâncias desafiadoras, todos tendem a pensar de maneira diferente do que quando compreendem plenamente a natureza do problema e tem tempo e métodos racionais para resolvê-lo. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014)

A relevância de ser empreendedor mediante as dificuldades e por serem conhecidos como desbravadores, de acordo com Dolabela, Birley e Muzyka:

Nessa visão tradicional, desde Schumpeter, os empreendedores são sempre identificados como pessoas pioneiras, determinadas, detentoras de habilidades que as distinguem da maioria e que as levam a realizar sonhos e planos de ou em uma empresa (DOLABELA, 2000; BIRLEY E MUZYKA, 2001)

A falência de pequenos negócios é um assunto que preocupa empreendedores no Brasil, já que muitos pequenos negócios acabam fechando as portas antes de completarem cinco anos de atividade. Os Microempreendedores Individuais (MEIs) apresentam a taxa mais elevada de encerramento de atividades entre os pequenos negócios, com 29% fechando até 5 anos de atividade. Já as Microempresas (MEs) possuem uma taxa intermediária de mortalidade entre os Pequenos Negócios, com 21,6% encerrando as atividades após 5 anos. Por outro lado, as Empresas de Pequeno Porte (EPPs) apresentam a menor taxa de mortalidade entre os Pequenos Negócios, com 17% encerrando atividades após 5 anos. No setor de comércio é onde se verifica a maior taxa de mortalidade, com 30,2% dos Pequenos Negócios encerrando as atividades após 5 anos. Em contrapartida, a indústria extrativa apresenta a menor taxa de mortalidade, com 14,3% dos Pequenos Negócios encerrando atividades após 5 anos. (SEBRAE, 2023).

A falta de planejamento de negócios é também um dos fatores que dificultam o empreendedorismo brasileiro, visto que a iminência de empreendedores se dá muitas vezes de forma imediata; como forma de complementar renda ou de um suposto desespero por falta de renda principal. De acordo com o GEM (2019), no contexto brasileiro, no ano de 2019, cerca de 88% dos empreendedores em estágio inicial, incluindo tanto aqueles que estavam iniciando um negócio como os que já estavam estabelecidos, afirmaram que uma das principais motivações para iniciar um novo empreendimento era a escassez de oportunidades de emprego. Essa necessidade de ganhar a vida foi um fator determinante na busca por alternativas de trabalho por conta própria. Essa realidade reflete a dificuldade enfrentada pelos brasileiros em encontrar empregos formais e estáveis. Com o mercado de trabalho competitivo e restrito, muitas pessoas optam por empreender como uma forma de criar suas próprias oportunidades e garantir sua subsistência.

Em face aos dados e as informações trazidas pela literatura acadêmica, o presente estudo busca compreender as dificuldades do empreendedor local do município de Guarapari. Pretende-se assim averiguar se o empreendedorismo local passa por dificuldades específicas, e também se há casos relatados na literatura que não se aplicam aqui.

Guarapari é uma cidade praiana com a população estimada, de acordo com o IBGE (2021) de 128.504 habitantes, onde a renda principal é o turismo acerca das 46 praias e enseadas no território; de acordo com o Governo do Espírito Santo (2022), o rendimento médio na área das Atividades Características do Turismo (ACT), o rendimento médio é de R\$ 2.212,71, o que resulta em uma soma de R\$ 371,81 milhões na massa de rendimentos do Estado.

O sucesso turístico de Guarapari se dá principalmente ao reconhecimento devido ao seu recurso natural principal: as renomadas areias das praias de Areia Preta e Meaípe. Essas areias monazíticas são consideradas quase como uma forma de medicamento no tratamento de condições como osteoporose, dores crônicas, reumatismo, dermatoses e outras doenças alérgicas. As areias monazíticas encontradas em Guarapari possuem uma alta concentração de minerais pesados, incluindo a monazita, um minério composto por fosfato de cério, tório e urânio. A combinação de tório e urânio resulta em uma radioatividade benigna, que pode ser utilizada em várias terapias. Estudos indicam que uma exposição de cerca de 20 minutos por dia, ao longo de 20 dias, é suficiente para experimentar os efeitos benéficos à saúde dessa radiação.(SEBRAE, 2019).

Um poema de Marco Aurélio Bicalho de Abreu Chagas (2009) pode romantizar e mostrar um pouco do detalhe excêntrico que traz as pessoas a conhecerem a cidade litorânea:

[...]de paisagens paradisíacas,/suas lindas praias atrativas,/balneário de rara beleza,/de areias pretas radioativas./Centro, Praia dos Namorados,/atrás a Praia das Virtudes,/logo as Praias das Castanheiras/e a do Meio com pedras rudes./É a Praia da Areia Preta/pelo poder medicinal,/de suas areias monazíticas,/de fama internacional./ (6-17)

É importante observar maneiras de empreender que não dependem diretamente do turismo, que diversifique o quadro de arrecadações de renda bruta do município, afirma o Enis Soares de Carvalho, ex presidente da Câmara de Guarapari:

Além do turismo, Guarapari precisa diversificar sua economia atraindo indústrias para gerar emprego para a população. A Samarco que era fonte de renda para tantos moradores da nossa cidade ainda não voltou a funcionar e a instalação do Polo Industrial, que por várias vezes já foi cobrada na Câmara, não sai do papel. (SOARES, 2019)

O objetivo deste trabalho é identificar as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores das feiras de artesanato da região, especificamente do município de Guarapari, a fim de entender tais gargalos. Serão levantadas comparações em âmbito nacional a fim de encontrar semelhanças que possam contribuir com o avanço local. Questões como a falta de incentivos governamentais, burocracia excessiva, sazonalidade do turismo, a necessidade de capacitação em gestão empresarial para um plano de negócios sólido, a importância da colaboração entre os empreendedores na busca de diversificação e a procura por alternativas criativas para contornar os desafios enfrentados.

Os objetivos específicos deste trabalho estão entre realizar uma pesquisa detalhada com os empreendedores da feira municipal de artesanato de Guarapari para entender seus perfis, produtos que comercializam, horário de funcionamento e os principais desafios que enfrentam no dia a dia. Identificar os principais entraves burocráticos e legais enfrentados pelos empreendedores na feira de artesanato de Guarapari, examinando questões relacionadas ao licenciamento, formalização, taxas e exigências governamentais.

Também avaliar as estratégias de marketing e promoção utilizadas pelos empresários da feira de artesanato de Guarapari, buscando compreender os desafios encontrados na promoção e venda de seus produtos localmente e na expansão para outros mercados.

Sugerir caminhos para superar as dificuldades identificadas com o objetivo de promover o desenvolvimento e o fortalecimento do empreendedorismo na feira de

artesanato de Guarapari, destacando ações que possam melhorar as condições de trabalho e impulsionar o setor.

A importância desse tipo de pesquisa se dá principalmente ao fato do empreendedorismo ser a primazia do que se conhece hoje como fortes conglomerados econômicos, de forma a mudar a vida de pessoas, regiões e países. Saber os possíveis gargalos que podem ocorrer em todo o processo, sejam eles econômicos, políticos ou organizacionais, é de suma importância. No caso do município de Guarapari, este estudo é de grande importância porque as feiras de artesanato são importantes econômica e culturalmente, não apenas como fonte de renda para os empreendedores locais, mas também como espaço de preservação e divulgação da cultura e identidade da região.

A feira de artesanato desempenha papel vital no desenvolvimento econômico de Guarapari e na promoção do turismo, na atração de turistas e na geração de empregos e renda. No entanto, os desafios enfrentados pelos empresários que participam nestes eventos podem impactar significativamente as suas atividades e, portanto, a sustentabilidade destes espetáculos.

Este estudo tem como objetivo identificar e analisar as barreiras e obstáculos enfrentados pelos empreendedores como questões relacionadas à infraestrutura, burocracia, acesso a matérias-primas, marketing, comunicação e outros aspectos relacionados. Compreender estas dificuldades é crucial para encontrar estratégias e soluções que possam ajudar a melhorar as condições de trabalho e fortalecer o setor artesanal local. Além disso, a investigação das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores das feiras de artesanato pode servir como base para políticas públicas mais eficazes e direcionadas, que visem apoiar e fomentar esse segmento, promovendo o desenvolvimento socioeconômico sustentável da região.

Cabe destacar que todas as empresas, sejam elas grandes, micro, pequenas ou médias, são importantes para o desenvolvimento econômico de um país. Em alguns países, as microempresas individuais ou familiares chegam a representar 50% de seu Produto Interno Bruto (PIB) (DOLABELA, 2012).

Dessa forma, o trabalho se justifica como uma forma de agregar academicamente nas buscas de problemas e soluções acerca dos problemas enfrentados sistemicamente entre os empreendedores das feiras de verão de Guarapari.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

Ser um empreendedor é muito mais do que simplesmente possuir um negócio próprio. É uma mentalidade, uma postura diante dos desafios e oportunidades. Um empreendedor é alguém que possui uma visão clara do que deseja alcançar e está disposto a assumir riscos para transformar essa visão em realidade. Para Shane e Venkataraman (2000) o empreendedorismo, como uma área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes); como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos que, a seguir, usam meios diversos para explorar ou desenvolver essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de efeitos.

Uma mulher que gosta de fazer aperitivos para as festas que dá em sua casa e é sempre elogiada pelos amigos, que lhe dizem como são gostosos, abre uma empresa para fazer e vender esses aperitivos. (BARON, SHANE, 2012)

Dolabela (2008) acredita que empreendedor é a pessoa que tem um sonho e busca transformá-lo em realidade. Ele também mencionou algumas características dos empreendedores de sucesso como: têm visão, sabem tomar decisões, são pessoas que fazem a diferença, sabem aproveitar ao máximo as oportunidades, têm conhecimento, são apaixonados pelo que fazem. Eles são líderes e formadores de equipes que estão dispostos a correr riscos.

Ser um empreendedor não envolve apenas habilidades como criatividade, inovação e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades. Junto do empreendedor vem a competência de enxergar necessidades e aprimorar algo já inventado, conforme as necessidades de inovação do mundo em volta, enfrentando obstáculos e aprendendo com os erros mesmo diante das adversidades. Para Baron e Shane (2012) ser empreendedor envolve identificar oportunidades para a criação de algo inovador, que não necessariamente precisa ser um produto ou serviço totalmente novo. Ao contrário, pode se referir

identificar uma oportunidade para explorar um mercado diferente, utilizar uma matéria-prima inédita ou desenvolver um método de produção inovador, entre outras possibilidades que podem ser mencionadas.

Uma jovem cientista da computação desenvolve um novo software muito melhor do que qualquer um disponível atualmente no mercado; ela busca capital para abrir uma empresa e vender o produto. (BARON, SHANE, 2012)

Grandes empresas que atuam fortemente na base econômica mundial foram criadas à base de ideias e conceitos que na época eram vistas como inviáveis ou descabíveis do momento, como por exemplo a Apple, que de acordo com a Revista Pretexto (2006) a criação da Apple se dá no ano de 1976, quando Steve Jobs, Steve Wozniak e Ronald Wayne se uniram para fundar a empresa na Califórnia. O objetivo inicial era desenvolver e comercializar computadores pessoais que fossem acessíveis financeiramente e fáceis de usar. O primeiro produto lançado pela empresa foi o Apple I, um computador de mesa que foi vendido como um kit para amantes da tecnologia. Embora tenha tido um sucesso modesto, o verdadeiro marco da Apple veio com o lançamento do Apple II em 1977, que fez com que o uso do computador de mesa tomasse um rumo menos técnico, mais dinâmico e intuitivo. A ideia foi concretizada em uma garagem na casa de Steve Jobs, fazendo com que hoje a Apple, segundo a revista Valor (2023), seja a empresa mais valiosa do mundo com um valor de mercado de 2 trilhões de dólares.

O empreendedorismo se mostrou um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois deu suporte à maioria das inovações que promovem esse desenvolvimento. As nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras, por saberem que são a base do crescimento econômico, da geração de emprego e renda. (DORNELAS, 2020).

Assim como afirmou Baron e Shane (2012), o empreendedorismo se faz não apenas com a criação, mas principalmente com o aprimoramento de criações passadas, em busca de melhor performance, acessibilidade e ergonomia, e assim se fez Steve Jobs em 1976.

(...) Sempre se pôs à frente, sendo uma grande inovadora de tendências. Foi a primeira a apostar em segmentos de produtos até

então desconhecidos, ou simplesmente ignorados, por boa parte da indústria, como a portabilidade tela e inventora do PDA e do Tablet PC) e aplicativos de tratamento de imagens. (REZENDE, 2006 apud PEREIRA, 2006).

2.2. BUROCRACIAS E IMPOSTOS

De acordo com a Veja Rio (2021), em 1843, foi criado o Imposto de Renda (IR). Na época era entre 2% e 10%, dependendo da renda. Em 1867, a alíquota passou a ser separada em 3%, mas ao mesmo tempo foi instituída uma cobrança sobre os dividendos da S/A à alíquota de 1,5%. Por mais inacreditável que pareça, o IR foi extinto em 1891 e só em 1922 é que a população voltou a ser tributada, e com ele veio o Imposto sobre Vendas e Consignações, conhecido como ICMS como o conhecemos hoje. Antes de 1964, os impostos representavam cerca de 20% do PIB (produto interno bruto). Em 1995, um ano depois de ingressar no Real Brasileiro, o número era de 27%. Hoje, essa proporção é superior a 30%.

A necessidade de entender o princípio federalista é reforçada nesse estudo, quando se percebe que a repartição da competência tributária em um Estado Federal pode trazer consequências danosas à livre concorrência pela prática de guerras fiscais, podendo gerar, ainda, malferimento indireto sobre a distribuição da competência reguladora. (BOMFIM, 2011).

Atualmente, o Brasil impõe 13 tipos de impostos: impostos de importação; impostos de exportação; impostos sobre renda e rendimentos de qualquer natureza - IR; impostos sobre produtos industriais - IPI; impostos sobre operações de crédito, câmbio e seguros, ou impostos relacionados a valores mobiliários ou imóveis ; Imposto Predial de Terras Rurais - ITR; Imposto Predial; Imposto sobre Transmissão por Morte e doação de quaisquer bens e direitos; Imposto sobre a atividade de circulação de mercadorias e prestação de serviços de transporte e comunicação interestaduais e intermunicipais - ICMS; Imposto sobre propriedade de veículos automotores - IPVA; Imposto Municipal sobre Propriedade Predial e Territorial – IPTU; imposto sobre transmissão de imóveis – ITBI; imposto sobre serviços de qualquer natureza – ISS.(SEBRAE, 2015).

A falta de agilidade nos processos faz com que o empreendedor perca oportunidades de mercado e fique para trás em relação à concorrência. Além dos custos adicionais que podem surgir durante todo o processo e por demandar muito tempo e recursos para cumprir todas as exigências legais e administrativas, esses custos de taxas são esperados. Complementando o processo burocrático, a falta de clareza nas regras e normas pode levar a erros e problemas que prejudicam o negócio.

2.3. DESAFIOS DA SAZONALIDADE E DO TURISMO

Sazonalidade refere-se a flutuações recorrentes que ocorrem em períodos regulares e previsíveis dentro de cada ano civil. Por outro lado, os ciclos económicos podem ser completamente irregulares. A sazonalidade é um tema ambíguo que pode inspirar diferentes abordagens por diferentes investigadores e também tem sido considerada por autores bem conhecidos na área dos serviços turísticos como Witt e Moutinho (1995). Este é sem dúvida um fenómeno abrangente que envolve vários mercados e agentes da região, incluindo a indústria do turismo. É definido como um desequilíbrio ou flutuação dos fluxos turísticos ao longo do ano, com a procura a aumentar ou a diminuir em determinados meses.

O ciclo económico é a ascensão e queda naturais do crescimento económico empresarial ao longo do tempo, que é caracterizado por quatro fases: expansão, pico, contração e depressão. As expansões marcam o período entre os picos, em que o elevado crescimento, o aumento dos preços e o baixo desemprego representam períodos de atividade económica.

Não importa o tipo de empresa que você administra, você perceberá que há momentos naturais de refluxo e fluxo de trabalho e receita. Essa sazonalidade pode acontecer com a mudança das estações, com o calendário escolar ou com a entrada ou saída de novos impostos. Aqueles que operam empresas sazonais

têm a tarefa invejável de tentar manter a rentabilidade ao longo de períodos em que seus negócios podem experimentar desacelerações significativas.

Globalmente, a indústria do turismo continua a crescer no número de visitantes internacionais, tornando-se uma importante fonte de rendimento e riqueza. Carvalho e Marujo (2010) reconheceram que “o turismo é um pilar importante da economia e do desenvolvimento de muitas regiões devido à sua importância económica e sociocultural”.

A atividade turística em todo o mundo se encontra diante de pressões do mercado, da estrutura das ações comerciais, da intensificação da competitividade e da relação entre quantidade e qualidade na prestação dos serviços aos turistas. A capacidade de obter êxito nas ações propostas e o futuro da atividade dependerá das metas, da qualidade dos serviços prestados e da capacidade dos empreendedores em conduzir os seus negócios considerando, entre vários outros aspectos, a capacitação e o treinamento próprios e das suas equipas. Os melhores atrativos turísticos estarão fadados ao fracasso se forem estruturados sobre bases empíricas e amadoras que caracterizam os pequenos empreendimentos voltados à prestação de serviços aos turistas.(RUSCHMANN, 2004).

Porém, é importante explicar porque o mercado de viagens é formado por consumidores com necessidades, desejos, motivações e comportamentos cada vez mais diversos. Em certa medida, este fato está relacionado com mudanças na forma como o tempo começa a ser estruturado e, como defendem Santos e Gama (1999), é importante para promover o aumento das práticas de lazer na sociedade.

Do ponto de vista social, a alta concentração de turistas durante a alta temporada pode prejudicar a qualidade de vida da comunidade local e levar à perda da identidade do próprio local, gerando conflitos com os moradores que ali vivem todos os anos. O desequilíbrio é responsável pelas razões gerais para a diminuição do entusiasmo. Isto deve-se ao aumento dos problemas de trânsito e congestionamento (em termos de acesso às necessidades básicas relacionadas

com rupturas de stock, como supermercados), bem como ao aumento do número de acidentes; ou à criação de empregos sazonais. Isso pode ser notado com clareza na cidade de Guarapari, principalmente pelos moradores, onde o inchaço em vias públicas e supermercados são um problema em épocas de recesso no ano, como ano novo e recessos. De acordo com a Prefeitura de Guarapari (2020), mais de um milhão de pessoas passaram pela cidade no verão de 2020. De referir ainda que, no domínio ambiental, o excesso de atividades turísticas pode ter um impacto negativo nos ecossistemas, colocando em causa a sustentabilidade do próprio destino.

No entanto, desde que seja garantida uma gestão eficaz e sejam adaptadas estratégias adequadas, a sazonalidade pode trazer algumas vantagens para a indústria do turismo. Ao referirem-se à visão de alguns autores, sugerem por um lado que o fim da sazonalidade e um maior afluxo de turistas poderão trazer benefícios às comunidades locais, restaurando a harmonia, as rotinas diárias e os hábitos de vida. Por outro lado, também pode ser importante para o destino, pois garante a recuperação do seu ambiente social, cultural e natural e a recuperação de equipamentos e infraestruturas, gerando e potenciando maior competitividade.(KASTENHOLZ, ALMEIDA, 2008).

2.4 EMPREENDEDORISMO EM GUARAPARI

Segundo o Data MPE Brasil (2023), de todas as empresas cadastradas até 2023, 62% são Microempreendedores Individuais (MEI) (12.172 empresas), 23% são Micro Empresas (ME) (4.511 estabelecimentos), 3,35% são para Pequenas Empresas (EPP) (659 estabelecimentos) e 11,7% são Outras (2.305 empresas).Do ponto de vista jurídico, os mais importantes são Empreendedor (pessoa física) (30.222 estabelecimentos), Sociedade Empresária Limitada (9.968 estabelecimentos) e Candidato a um cargo político eletivo. Posição do Programa (1.441 agências). O Data mostra a distribuição das empresas ativas divididas em grupos econômicos e departamentos. Em 2023, os setores econômicos onde mais empresas operam são: Comércio a Retalho (292 pontos de venda), Alimentação

(155 pontos de venda) e Serviços Especializados de Construção (116 pontos de venda).

Em linha com o movimento de desburocratização que a Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes) vem pressionando, a Comissão Temática de Desenvolvimento Regional (Conder) e o Vice-Presidente de Guarapari propuseram mais um passo importante à prefeitura para promover o Desenvolvimento do Findes. A prefeitura emitiu decreto prorrogando a validade das licenças definitivas de funcionamento para empresas localizadas na cidade. O documento, que antes precisava ser atualizado anualmente, agora tem validade de cinco anos. O decreto também autoriza licenças temporárias de funcionamento, que podem ser emitidas para empresas que exerçam atividades não consideradas de alto risco. A ação tem como foco a melhoria das condições dos empreendedores, conforme previsto no programa nacional de desburocratização do ambiente lançado pelo governo do estado em parceria com a Findes. (FINDES, 2019)

3. METODOLOGIA

A pesquisa teve um caráter exploratório-explicativo, com abordagem qualitativa, já que teve como objetivo analisar as práticas de gestão e entendimento das dificuldades dos empreendedores das feiras de verão do município de Guarapari.

Analisando os conceitos de Richardson et al. (1999, p. 22), conclui que “método é a via ou a forma para se chegar a determinada finalidade ou objetivo, e metodologia são os processos e regras utilizadas por determinado método”.

O estudo se apresenta como exploratório quanto a sua finalidade. Araújo e Oliveira (1997) apontam que as pesquisas exploratórias procuram aprimorar, esclarecer e mudar teses e ideias, o que muitas vezes funciona como engate para planejamento de pesquisa explicativa.

Dessa forma, o trabalho apresenta uma linha qualitativa quanto aos meios de investigação. E para fazer viável a execução deste propósito, a pesquisa trabalhou com o processo técnico “levantamento”, de acordo com Gil (2002, p. 50) este processo envolve a entrevista direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise das respostas por meio da tabulação e interpretação, obter conclusões correspondentes aos dados coletados.

O método para a coleta de dados será um questionário adaptado para as finalidades do trabalho, de forma que o entendimento seja melhor aproveitado, abordando os empreendedores do município de Guarapari.

3.1. COLETA DE DADOS

A coleta de dados será realizada usando uma variedade de técnicas:

- | Questionário semi estruturado: Questionário individual com empreendedores em feiras de verão. Por meio de questionário, conhecemos percepções, experiências e práticas de dificuldades empreendedoras na cidade.
- | Questionário: Foi utilizado um questionário estruturado para coletar dados sobre o tempo desde o início de um negócio, dificuldades de financiamento, desafios de manter um negócio sustentável e suas necessidades e desafios.

Os dados foram coletados por meio de questionário com o objetivo de obter informações objetivas. As entrevistas ocorreram entre setembro e outubro de 2023, foram captadas por meio do Forms e posteriormente levadas para análise.

Por questões éticas, na análise dos dados, optou-se por não divulgar os nomes dos empresários ou de suas empresas. Para análise dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que segundo Bardin (1977) O processo se dará em duas etapas: a primeira envolverá o cálculo e a organização dos dados; a

segunda etapa é a descrição analítica, durante a qual os dados são organizados em categorias definidas a priori, tentando atingir os objetivos assumidos do estudo.

4- APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

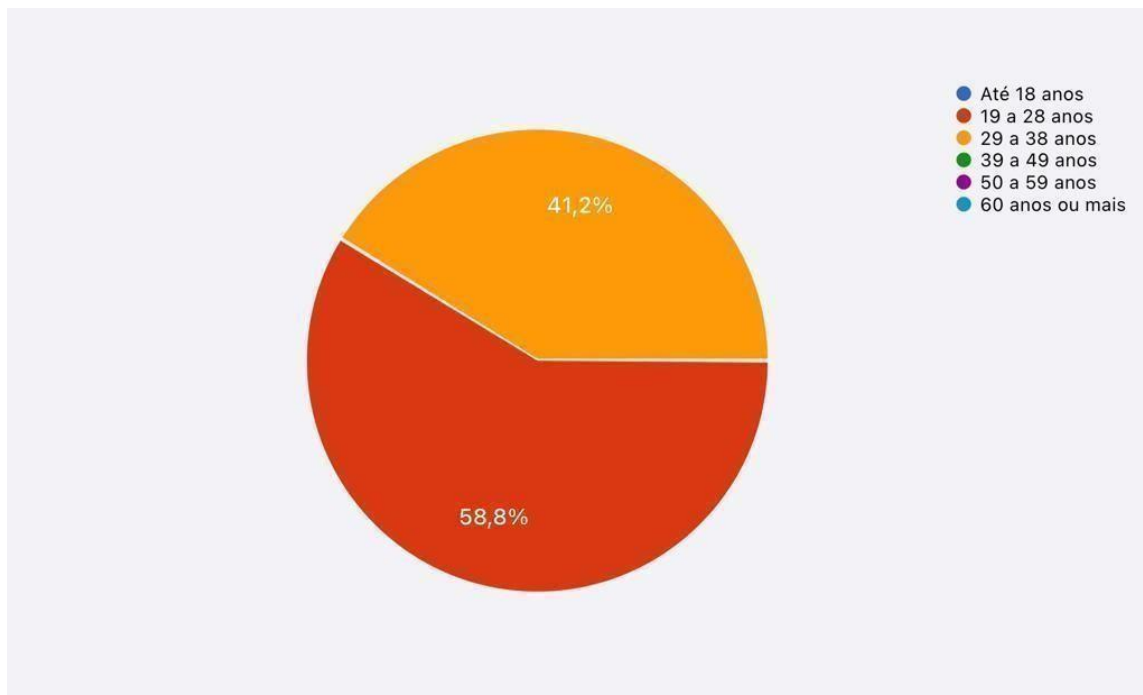
Os dados coletados foram analisados de forma qualitativa, com a categorização e interpretação dos dados das entrevistas e da observação participante, identificando problemas e padrões relacionados às dificuldades de empreender nas feiras de verão do município. A apresentação dos dados é segmentada com base na estrutura do formulário de candidatura, durante os encontros de resposta, dados e análise de opiniões do público-alvo da pesquisa, sobre as dificuldades de empreender.

4.1- PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O questionário visa levantar o perfil dos empreendedores, as principais dificuldades na hora de empreender, tanto culturalmente, juridicamente e financeiramente, de forma que consiga contribuir para a leitura e entendimento do que foi abordado no estudo acima.

A pesquisa foi realizada com 34 pessoas, entre homens e mulheres, na Feirinha da Onda, feira localizada no bairro Praia do Morro do município de Guarapari, onde o cliente-alvo são turistas da época de veraneio, tornando assim o melhor núcleo de pesquisa para comprovação deste estudo. De acordo com o (Gráfico 1), a maioria dos respondentes (19 a 28 anos) está na faixa etária em que muitos empreendedores iniciam seus negócios. 58,8% dos respondentes têm entre 19 e 28 anos, enquanto 41,2% estão na faixa etária de 29 a 38 anos. Isso reflete a predominância de empreendedores mais jovens na pesquisa.

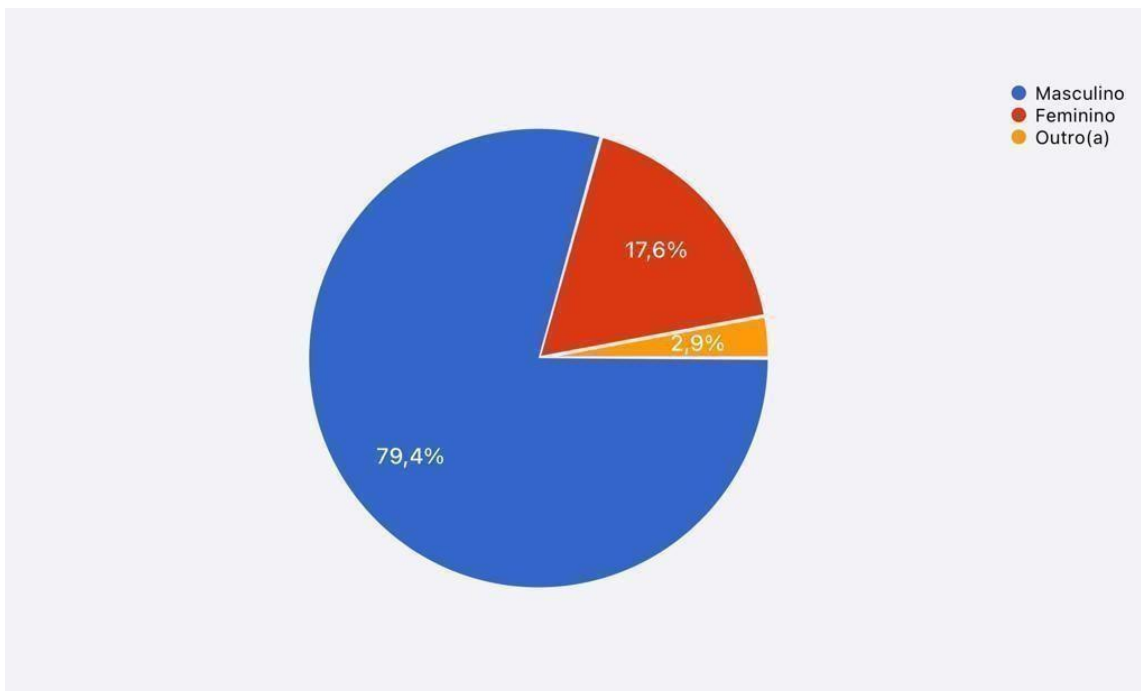
Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Desse montante, de acordo com o (Gráfico 2), isso está de acordo com estatísticas que mostram que, embora as mulheres representem uma parcela crescente de empreendedores, ainda há uma desigualdade de gênero no setor. 79,4% dos empreendedores entrevistados são do gênero masculino, 17,6% do gênero feminino e 2,9% identificados como "Outro(a)". Isso indica uma maioria masculina entre os respondentes. O fato de que a maioria dos empreendedores entrevistados é do gênero masculino pode sugerir uma disparidade de gênero no mundo do empreendedorismo no Brasil. Segundo um estudo do Nubank com o Sebrae e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Em 2020, MEIs liderados por homens apresentaram uma receita média 10,8% superior à das mulheres. Nos primeiros sete meses de 2021, essa diferença subiu para 23%. (SEBRAE, 2021)

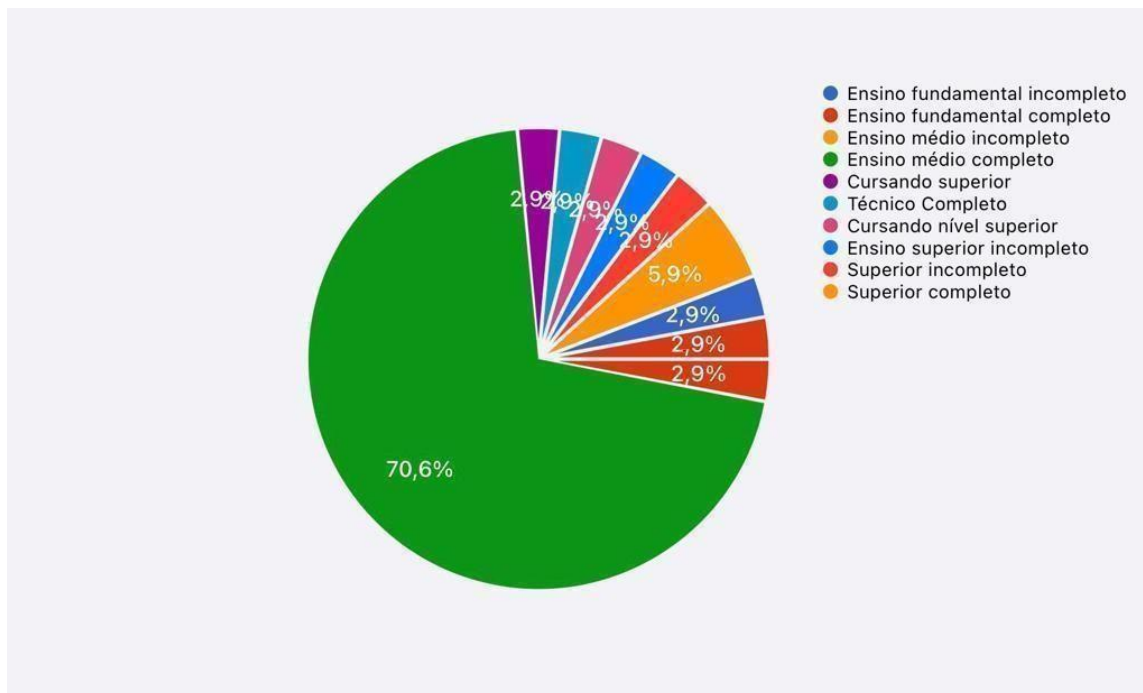
Gráfico 2 - Gênero dos entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quanto à escolaridade, de acordo com o (Gráfico 3), 70,6% dos respondentes possuem pelo menos o ensino médio completo, 29,4% estão cursando ou concluíram o ensino superior, e 10% têm formação técnica. Isso demonstra uma diversidade de níveis de escolaridade entre os empreendedores. A maioria dos empreendedores possui pelo menos o ensino médio completo. Isso destaca a importância da educação formal na preparação para o empreendedorismo. Vale ressaltar também que alguns empreendedores estejam cursando ou tenham concluído o ensino superior, o que pode indicar uma tendência crescente de empreendedores com formação acadêmica mais sólida em busca de qualificar seu negócio. Os dados mostram que à medida que os empresários investem em qualificação, os rendimentos tendem a aumentar. A pesquisa do Sebrae, em auxílio dos dados da PNAD de 2023, mostra que quase 20 milhões de brasileiros possuem empresas e auferem renda mensal de até 2 salários mínimos. (SEBRAE, PNAD, 2023).

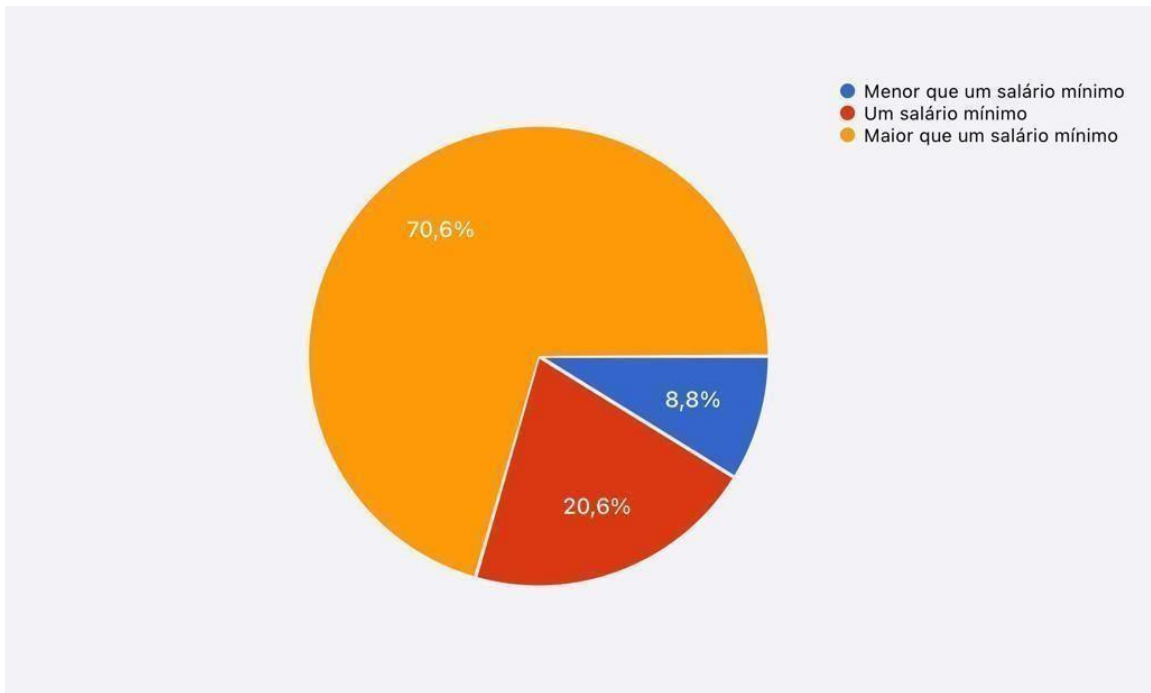
Gráfico 3 - Grau de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O (Gráfico 4) apresenta que 70,6% dos empreendedores relataram uma renda mensal maior do que um salário mínimo, enquanto 29,4% ganham um salário ou menos que um. Isso destaca uma diferença significativa na renda entre os respondentes. Sugerindo que muitos empreendedores estão conseguindo estabelecer negócios que proporcionam uma renda acima do mínimo necessário para sobrevivência no país. É relevante observar que esse resultado reflete a realidade dos empreendedores brasileiros. Segundo o Sebrae (2023), cerca de 68% dos 29 milhões de empresários formais e informais do país ganham até 2 salários mínimos. Os dados mostram também que à medida que os empresários investem em qualificação, os rendimentos tendem a aumentar.

Gráfico 4 - Renda mensal



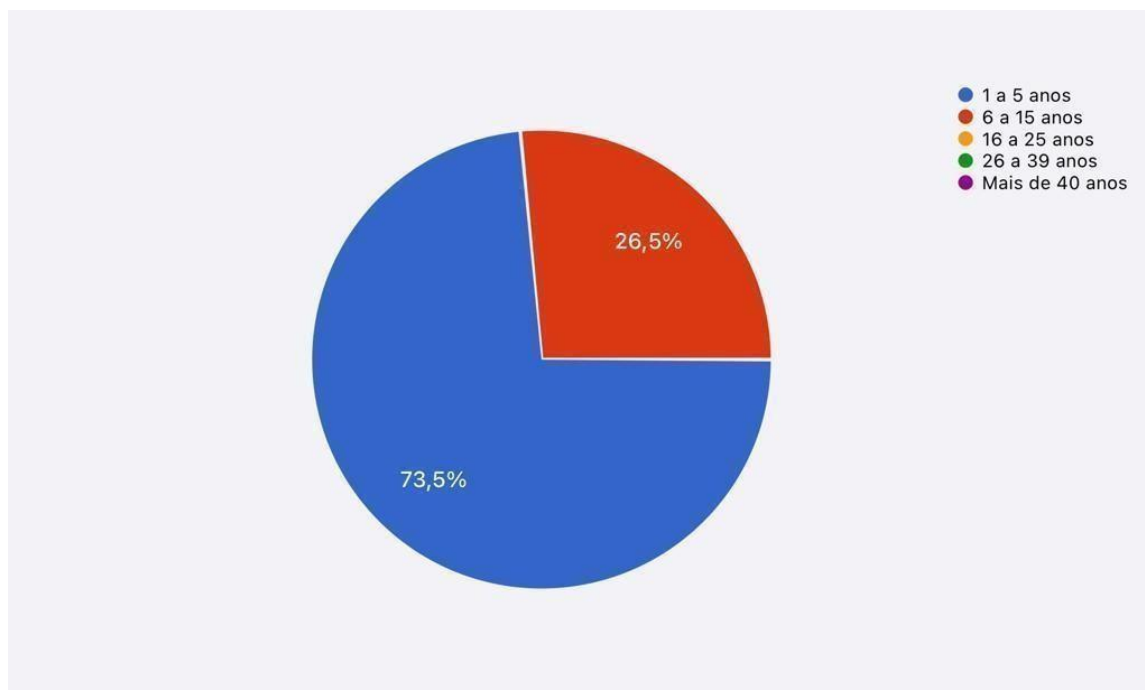
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

4.2- AS DIFICULDADES E DESAFIOS DE EMPREENDER

No (Gráfico 5), a maioria dos empreendedores entrevistados tem entre 1 e 5 anos de experiência empreendedora. 73,5% dos respondentes têm entre 1 e 5 anos de experiência, enquanto 26,5% acumulam entre 6 e 15 anos. Não foram encontrados dentre os 34 participantes algum com mais de 16 anos de experiência. Isso pode ser atribuído à natureza dinâmica do empreendedorismo, com muitos negócios de pequeno porte surgindo nos últimos anos e com a falta de planejamento e qualificação na hora de montar o empreendimento. Segundo o Sebrae (2020), 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 empreendedores" (que possuem um negócio entre três meses e 3,5 anos); juntamente com isso, a Folha de São Paulo (2019) implica que menos de 40% das empresas criadas no Brasil conseguem sobreviver após cinco anos de atividades. Segundo o IBGE (2019), apenas 37,6% das empresas nascidas em 2014 conseguiram permanecer no mercado cinco

anos depois. O indicador é conhecido como taxa de sobrevivência de uma empresa.

Gráfico 5 - Tempo de experiência empreendendo

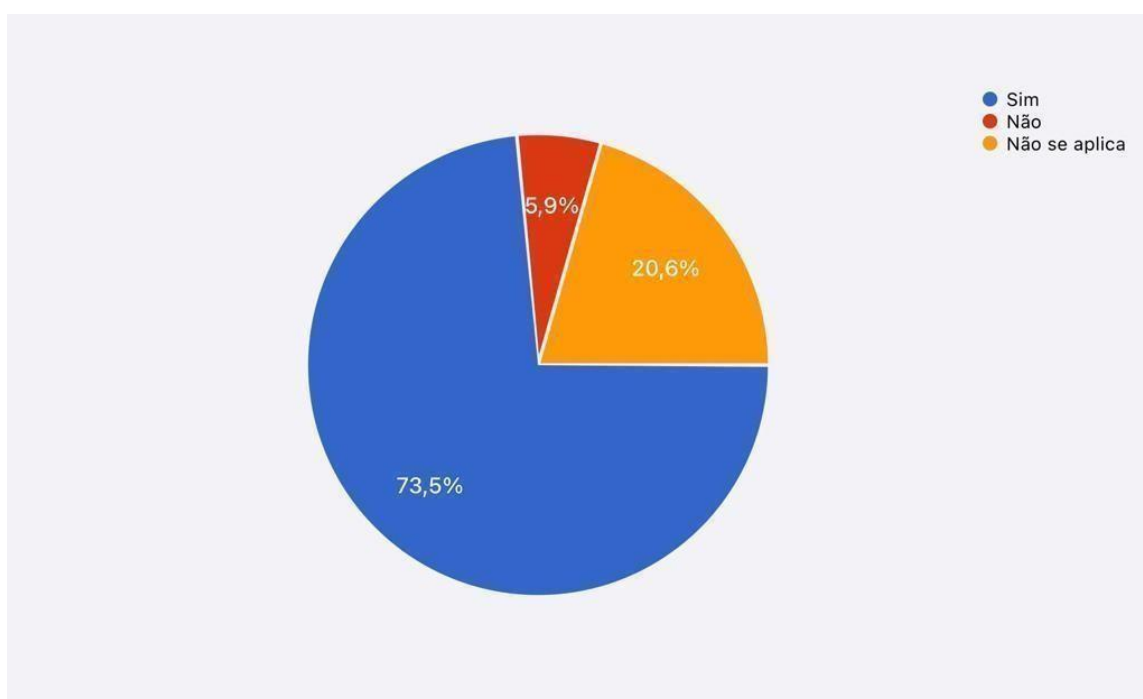


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O (Gráfico 6) mostra que 73,5% dos empreendedores tiveram dificuldade em obter financiamento para seus negócios no Brasil, 5,9% não tiveram dificuldade e 20,6% não recorreram à emissão de crédito. Isto destaca um desafio comum enfrentado pela maioria dos entrevistados não apenas no município de Guarapari, mas também em todo o país. A maioria dos empresários teve dificuldade em obter financiamento para os seus negócios. Segundo Isabela Tavares (2020), os bancos querem garantias reais de que a empresa sobreviverá por mais tempo, o que sempre foi difícil para as pequenas empresas. O crédito é essencial para financiar

atividades produtivas, consumo de empresas e unidades domiciliares. Portanto, tem um papel fundamental na promoção do crescimento económico e da volatilidade a curto prazo. Numa crise económica, especialmente uma expansão económica ou uma crise de crédito pode funcionar como um gatilho ou como amplificadores de choques reais ou monetários (BERNANKE e GERTLER, 1989, 1995).

Gráfico 6 - Dificuldades de obter financiamento

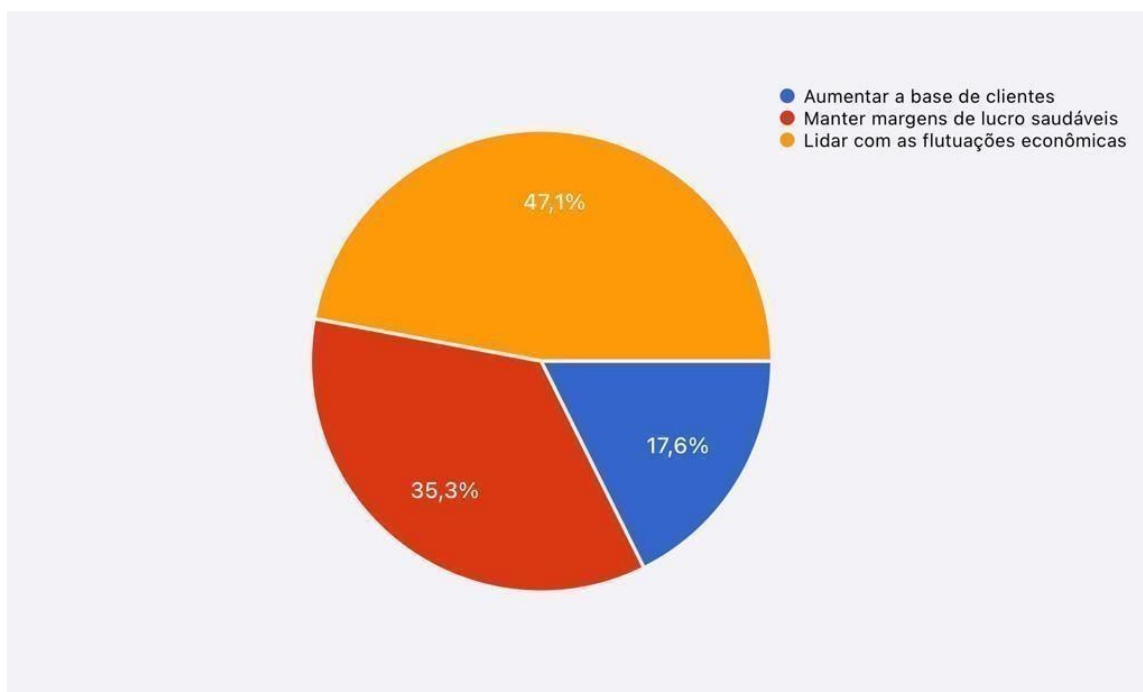


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O (Gráfico 7) aponta que 47,1% dos empreendedores mencionaram desafios relacionados a lidar com as flutuações econômicas, 35,3% disseram que manter margens de lucro saudáveis é o maior desafio, e 17,6% mencionaram a necessidade de aumentar a base de clientes. Isso reflete dificuldades comuns enfrentadas por empreendedores, especialmente em um ambiente econômico volátil.

Quanto maiores forem as imperfeições nos mercados financeiros, maior será o impacto dos choques na atividade econômica sobre as flutuações nos montantes de empréstimos e despesas. Por exemplo, Bernanke, Gertler e Gilchrist (1998) demonstraram que os choques de política monetária têm efeitos diferentes em empresas de diferentes dimensões. Estes autores fornecem evidência empírica de que as empresas mais pequenas enfrentam restrições grandes na captação de crédito devido à dimensão reduzida dos seus ativos líquidos e aos custos de informação mais elevados associados a empréstimos não garantidos por garantias concedidas por instituições financeiras. Em resposta à redução do fluxo de caixa, as pequenas empresas reduzem os inventários, a produção, os níveis de emprego e os preços.

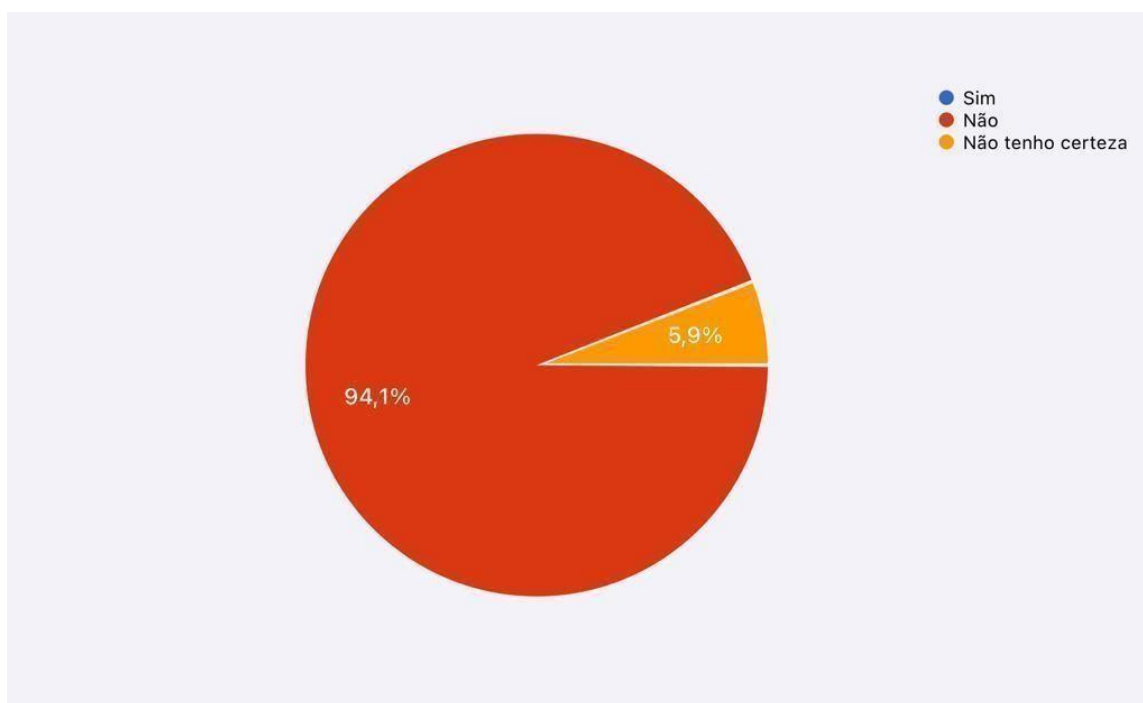
Gráfico 7 - O maior desafio para manter um negócio sustentável no Brasil



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O (Gráfico 8) aponta que 94,1% dos respondentes não acreditam que o sistema educacional brasileiro prepare adequadamente empreendedores para o mercado de negócios, enquanto 5,9% acreditam que preparam. Isso reflete o que foi apresentado na (p.5) do trabalho, onde os Microempreendedores Individuais (MEIs) apresentam a taxa mais elevada de encerramento de atividades entre os pequenos negócios, com 29% fechando até 5 anos de atividade, muito disso por falta de planejamento devido a falta de estudo base sobre empreender. Também na (p. 16) onde aborda que menos de 40% das empresas criadas no Brasil conseguem sobreviver após 5 anos de atividades.

Gráfico 8 - Preparo do sistema educacional brasileiro para o mercado de negócios

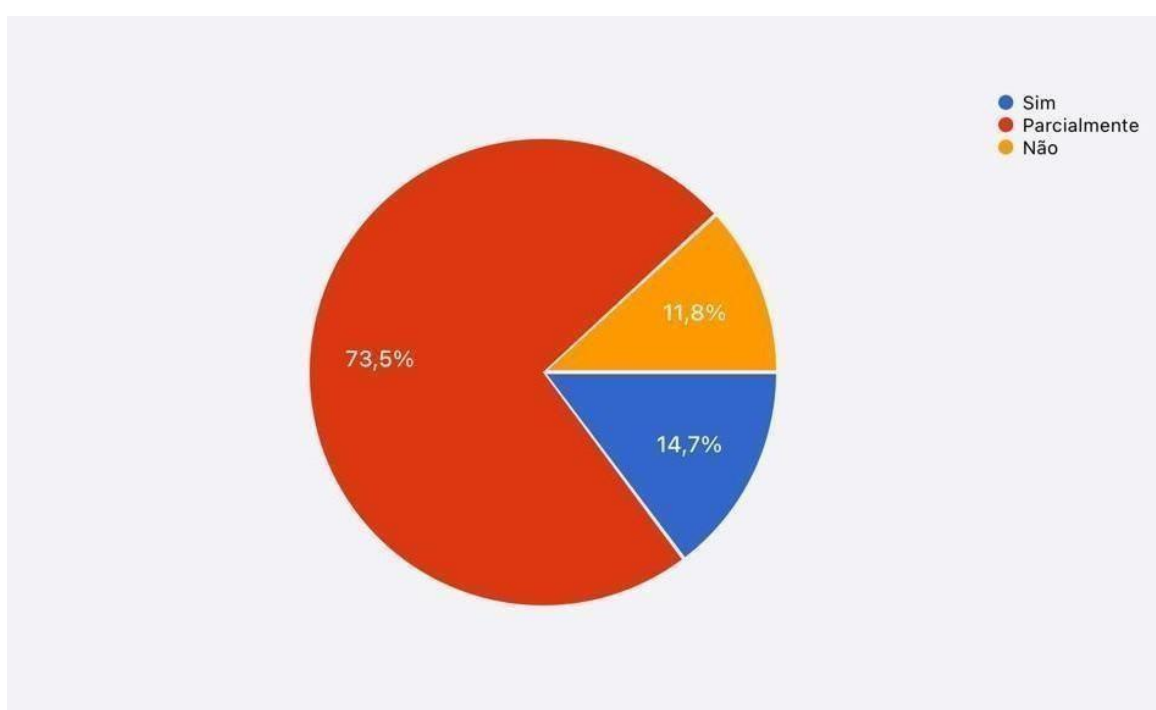


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De acordo com o (Gráfico 9), 73,5% dos empreendedores consideram que a sazonalidade parcialmente atrapalha o empreendedorismo em Guarapari, outros 14,7% acham que sim e 11,8% negam que atrapalha de alguma forma os negócios. A maioria dos empreendedores considera que a sazonalidade parcialmente atrapalha o empreendedorismo no município. Isso é particularmente

relevante em locais turísticos, onde a demanda por produtos e serviços pode flutuar sazonalmente, como datas festivas, recessos longos, feriados e época de verão. Esse dado traz uma contradição com o que foi entendido pelos autores citados na (p. 11) desse trabalho, abordando que a sazonalidade pode ser importante para o destino, pois garante a recuperação do seu ambiente social, cultural e natural e a recuperação de equipamentos e infraestruturas, gerando e potenciando maior competitividade.

Gráfico 9 - Sazonalidade no empreendedorismo de Guarapari

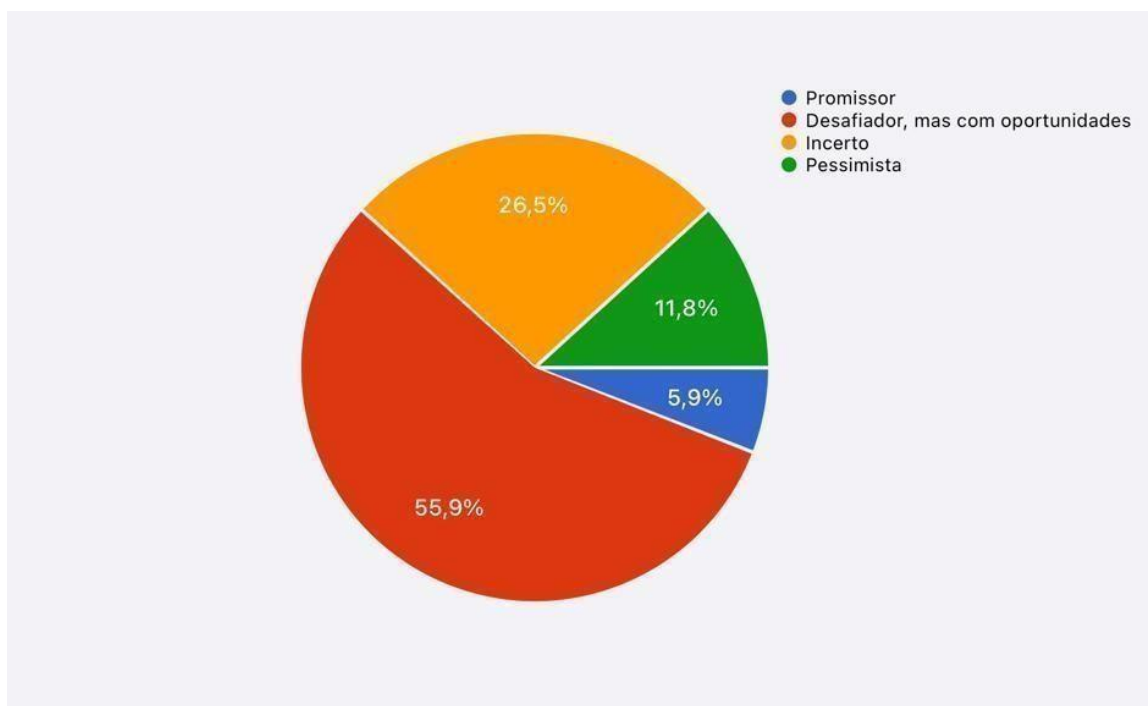


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

No (Gráfico 10) 55,9% considera um futuro desafiador, mas com oportunidades, 26,5% acha incerto, 11,8% pessimista enquanto apenas 5,9% considera promissor. Nota-se que a maioria dos empreendedores tem uma visão desafiadora, mas com oportunidades, em relação ao futuro do empreendedorismo em Guarapari. Isso sugere um espírito empreendedor resiliente, apesar dos desafios percebidos por tais. A incerteza pode vir até antes mesmo de começar

a empreender devido a demora para conseguir licenças, altos custos com impostos, muitas leis regulamentando diversos processos que podem gerar multas constantemente, a volatilidade legislativa e insegurança política do país e problemas para encontrar determinados profissionais no mercado.

Gráfico 10 - Futuro do empreendedorismo em Guarapari

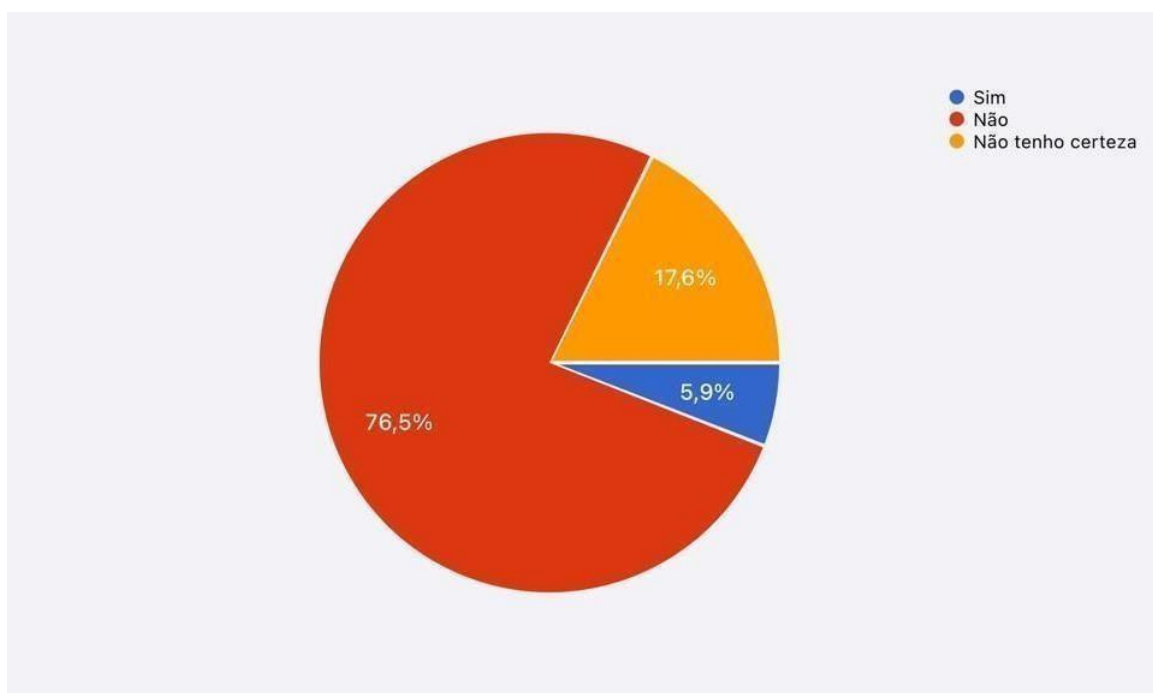


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Em relação ao (Gráfico 11), 76,5% dos respondentes não consideram as políticas governamentais de incentivo ao empreendedorismo no Brasil eficazes, 5,9% acham que sim e o restante não se aplica. A maioria dos empreendedores não considera as políticas governamentais de incentivo ao empreendedorismo no Brasil eficazes. Isso levanta questões sobre a eficácia das políticas governamentais e a necessidade de reformas nas regulamentações e licenças (p.21). De acordo com o Findes (2019), A Prefeitura de Guarapari publicou decreto prorrogando a validade das licenças definitivas de funcionamento para empresas localizadas na cidade. O documento, que antes precisava ser atualizado

anualmente, agora tem duração de cinco anos. Também emite licenças temporárias de funcionamento, que podem ser emitidas para empresas que exerçam atividades não consideradas de alto risco. Outro benefício trazido pelo decreto é a licença temporária de funcionamento, desde que as ações da empresa não sejam enxergadas como de risco alto e envolvem uso de materiais inflamáveis, grande circulação de pessoas, níveis de ruído superiores aos previstos em lei, materiais explosivos ou previstos para Zona perigosa.

Gráfico 11 - Eficácia das políticas governamentais de incentivo ao empreendedorismo no Brasil

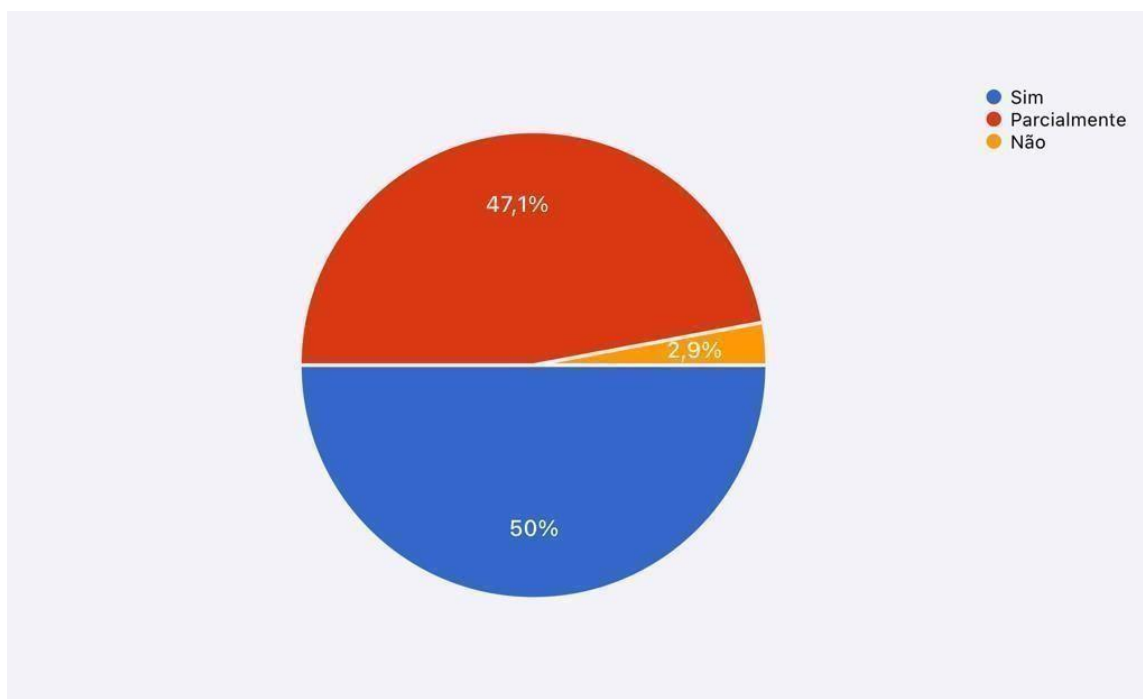


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Como se pode observar no (Gráfico 12), 50% dos empreendedores concordam que o Brasil é um país com burocracia excessiva, 47,1% concorda parcialmente e apenas 2,9% acham que não. A maioria dos empreendedores acredita que o país tem uma burocracia excessiva para empreendedores. Essa percepção é comum no Brasil e é um desafio que o governo e as instituições enfrentam para tornar o ambiente de negócios mais amigável e de fácil acesso. Nas (p. 5 e 6) de acordo com tais autores citados, para incentivar esse desenvolvimento, é

necessário desburocratizar o processo de abertura de empresas; proporcionar aos empreendedores linhas de crédito mais acessíveis e com taxas de juros mais baixas; reduzir a complexidade da legislação brasileira e ampliar a disponibilidade de educação para o empreendedorismo em todos os níveis de ensino.

Gráfico 12 - Burocracia excessiva no Brasil



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo identificar as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores das feiras de artesanato da região, especificamente do município de Guarapari, e propor soluções viáveis e sustentáveis para superá-las. Assim, focando no levantamento de dados de pequenos empreendedores para ir atrás das respostas dos questionamentos levantados.

A partir da análise dos resultados obtidos nesta pesquisa, é possível concluir que os empreendedores de Guarapari enfrentam diversos desafios para manter seus negócios em funcionamento, especialmente durante as feiras que funcionam durante todo o ano, mas com foco no verão. A falta de apoio governamental, a concorrência desleal, a sazonalidade do turismo e a falta de capacitação em gestão foram apontados como os principais obstáculos enfrentados pelos empresários locais.

Diante desta situação, é crucial desenvolver políticas públicas e programas de formação que possam apoiar as atividades dos empreendedores em Guarapari. Além disso, devem ser criadas condições favoráveis para o desenvolvimento de microempresas, que são uma importante fonte de emprego e geração de renda não só da região, mas sim de todo o país, como aponta a (p. 11).

Precisa-se levar em conta a parte dos empreendedores para com esses desafios, fazendo com que adotem diferentes estratégias para superar essas dificuldades, como a diversificação de produtos e serviços, a busca de parcerias e o uso de tecnologia. Estas estratégias demonstram a capacidade de adaptabilidade e inovação dos empreendedores locais que procuram formas de se manterem competitivos num mercado cada vez mais desafiante, mediante a sazonalidade do município.

Por fim, este estudo pode gerar algumas questões que ainda precisam ser consideradas após a análise dos resultados, como por exemplo: por que o entendimento da empresa sobre a tecnologia de gestão de estoque é tão vago? Qual a razão da falta de empresas que procuram ativamente mais informação técnica para gerir os seus estoques? Por que os empreendedores não buscam fazer um planejamento na hora de abrir um empreendimento? Por fim, procure entender por que esse tipo de conhecimento não chega à empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A DIFÍCIL arte de empreender no Brasil, VEJA RIO, 2021. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/coluna/lelo-forti/dificuldades-empreender-brasil/> .Acesso em: 23 out. 2023.

ARAÚJO, Aneide Oliveira; OLIVEIRA, Marcelle Colares. Tipos de pesquisa. São Paulo, 1997.

AREIA medicinal potencializa turismo em Guarapari. SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/areia-medicinal-potencializa-turismo-em-guarapari,5ed88885d8e13810VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em: 09 de Junho de 2023

APPLE fecha no menor valor de mercado em quase dois anos, abaixo dos US\$ 2 tri, VALOR, 2023. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2023/01/03/apple-deve-fechar-sessao-com-menor-valor-de-mercado-em-quase-dois-anos.ghtml> Acesso em: 15 de Junho de 2023

AREIA medicinal potencializa turismo em Guarapari. SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/areia-medicinal-potencializa-turismo-em-guarapari,5ed88885d8e13810VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em: 09 de Junho de 2023

AURÉLIO, Marco. Guarapari. Poemas Nova Cultura, 2009. Disponível em: <https://poemasnovacultura.blogspot.com/2009/02/guarapari.html> Acesso em: 18 de Junho de 2023

Bardin, L. (1977). Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições. Acesso em: 23 out. 2023.

BARON e Scott A.SHANE, Robert A. Empreendedorismo: Uma visão do processo. Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. ISBN 9788522109388. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522109388/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

BANK GROUP, Work. Comparing Business Regulation in 190 Economies, Doing Business 2020, página 3, 2020

BERNANKE, B. S.; GERTLER, M. Inside the black box: the credit channel of monetary policy transmission. Journal of Economic Perspectives, Michigan, v. 9, n. 4, p. 27-48, out. 1995. Acesso em: 23 out. 2023.

Bernanke, B.; Gertler, M.; Gilchrist, S. The financial accelerator in a quantitative business cycle framework. NBER Working Paper, n. 6455, 1998. Acesso em: 23 out. 2023.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo, MakronsBooks, 2001

BOMFIM, Diego Marcel C. Tributação e Livre Concorrência, 1ª edição, Editora Saraiva, 2011. E-book. ISBN 9788502151949. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502151949/>. Acesso em: 20 out. 2023.

Carvalho, P. & Marujo, M. (2010). Turismo, desenvolvimento e planeamento sustentável. Curitiba: Turismo & Desenvolvimento. Acesso em: 20 out. 2023.

CIDADES e Estados. IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/es/guarapari.html> Acesso em: 10 de Junho de 2023

Da Rocha, Antônio Ricardo Freislebem. II. Da Silva, Estefânia Ribeiro. III. Dias, Lázaro César (bolsista). et al. IJSN. A Economia do Turismo no Espírito Santo, 2020.

DORNELAS, José. Empreendedorismo corporativo. [Digite o Local da Editora]: Editora Empreende, 2020. E-book. ISBN 9786587052045. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052045/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

DOLABELA, F.. O Segredo de Luísa. Editora: Sextante, 2008. Acesso em: 20 out. 2023.

ECONÔMIA do turismo no Espírito Santo cresce quase 40 em 2022. Governo do Espírito Santo, 2022. Disponível em: <https://www.es.gov.br/Noticia/economia-do-turismo-no-espírito-santo-cresce-quase-40-em-2022> Acesso em: 11 de Maio de 2023

ESTUDO apoiado pelo BID recomenda ações pela equidade de gênero entre PMEs brasileiras, BID, 2021. Disponível em: <https://www.iadb.org/pt-br/noticias/estudo-apoiado-pelo-bid-recomenda-acoes-pela-equidade-de-genero-entre-pmes-brasileiras>. Acesso em: 23 out. 2023.

EMPRESAS gastam até 1501 horas para pagar impostos no Brasil. CNN Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/banco-mundial-empresas-gastam-ate-1501-horas-para-pagar-impostos-no-brasil/> Acesso em: 13 de Junho de 2023

GUARAPARI publica decreto que facilita condições para empreendedores, FINDES, 2019. Disponível em: <https://findes.com.br/guarapari-facilita-condicoes-para-empresarios/>. Acesso em: 23 out. 2023.

GUARAPARI: Emprego, ocupações, empresas, dados demográficos e educação, DATA MPE BRASIL, 2021. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/guarapari?chartType=barchart&munInMicroRegionPopulation=>. Acesso em: 23 out. 2023.

Global Entrepreneurship Monitor(GEM) - Empreendedorismo no Brasil: 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.

GIL, A. C. (2002) Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª. ed. São Paulo: Atlas S/A.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A. Empreendedorismo. [Digite o Local da Editora]: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553338. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338/>. Acesso em: 14 mai. 2023.

Kastenholz, E. & Almeida, A. (2008). Seasonality in rural tourism: The case of North Portugal. *Tourism Review*. Acesso em: 20 out. 2023.

MAIS de 1 milhão de pessoas passaram por Guarapari durante a temporada de verão , PREFEITURA MUNICIPAL DE GUARAPARI, 2020. Disponível em: <https://www.guarapari.es.gov.br/noticia/ler/466/mais-de-1-milhao-de-pessoas-passaram-por-guarapari-durante-a> . Acesso em: 23 out. 2023.

MAIORIA dos empreendedores enfrenta dificuldades para obter empréstimo, FOLHA, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/05/maioria-dos-empreendedores-enfrenta-dificuldades-para-obter-emprestimo.shtml>. Acesso em: 23 out. 2023.

MENOS de 40% das empresas nascidas no Brasil sobrevivem após cinco anos, FOLHA, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/menos-de-40-das-empresas-nascidas-no-brasil-sobrevivem-apos-cinco-anos.shtml#:~:text=Menos%20de%2040%25%20das%20empresas%20criadas%20no%20Brasil,Estad%C3%ADsticas%20de%20Empreendedorismo%2C%20que%20re%C3%BAne%20n%C3%BAmeros%20at%C3%A9%202019.> Acesso em: 23 out. 2023.

OLIVEIRA, Marçós. Passos na Trajetória de um Empreendedor. 2. ed. São Paulo: Nobel, 2014. Acesso em: 20 out. 2023.

OS PRINCIPAIS tributos que todo empreendedor precisa conhecer, SEBRAE, 2020. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-principais-tributos-que-todo-empreendedor-precisa->

conhecer.e40aa0b77d29e410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 23 out. 2023.

PEREIRA, Antônio; CHIRIU, Bruno; PEDROSA, Carlos. et al. A HISTÓRIA DA APPLE COMPUTER. Revista Pretexto. Vol. 7, No 1 - janeiro/junho 2006. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/421> Acesso em: 06 de Junho de 2023

REZENDE, 2006, apud PEREIRA, 2006. P12

RICHARDSON, R. J. et al. (1999) Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas.

RUSCHMANN, Karina Toledo Solha Doris Van de M. Turismo: uma visão empresarial. REditora Manole, 2004. E-book. ISBN 9788520442258. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520442258/>. Acesso em: 23 out. 2023.

Santos, N. & Gama, A. (1999). Os espaços/ tempos de lazer na sociedade de consumo contemporânea. Revista Cadernos de Geografia,19, 115.126. Acesso em: 20 out. 2023.

SECRETARIA do Tesouro Nacional, Estimativa da Carga Tributária Bruta do Governo Geral, página 5, Abril de 2021

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25: 217-26, 2000.

SIQUEIRA, Moema M; GUIMARÃES, Liliane O. People who`s go ahead although they can`t count on anybody. The Business Association of Latin America Studies-BALAS, 2003

TRÊS em cada 10 pequenos negócios estão com dívidas em atraso. SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/tres-em-cada-10-pequenos-negocios-estao-com-dividas-em-atraso/> Acesso em: 11 de Junho de 2023

UMA análise sobre a taxa de empreendedorismo no Brasil. SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/uma-analise-sobre-a-taxa-de-empreendedorismo-no->

brasil,6a2c3e831153e510VgnVCM1000004c00210aRCRD Acesso em: 06 de Junho de 2023

Witt, S. & Moutinho, L. (1995). Tourism marketing and management handbook. UK: Prentice Hall. Acesso em: 20 out. 2023.

APÊNDICE A

FORMULÁRIO DE PESQUISA

1- PERFIL DOS ENTREVISTADOS

1- Qual idade?

- () Até 18 anos
- () 19 a 28 anos
- () 29 a 38 anos
- () 39 a 49 anos
- () 50 a 59 anos
- () 60 anos ou mais

2- Qual é o seu gênero?

- () Masculino
- () Feminino
- () Outro(a)_____.

3- Qual seu nível de escolaridade?

- () Ensino fundamental incompleto
- () Ensino fundamental completo
- () Ensino médio incompleto
- () Ensino médio completo
- () Outro:

4- Qual é a sua renda mensal?

- () Menor que um salário mínimo
- () Um salário mínimo
- () Maior que um salário mínimo

2- AS DIFICULDADES E DESAFIOS DE EMPREENDER

5- Você já enfrentou dificuldades para obter financiamento para o seu negócio no Brasil?

- () Sim
- () Não
- () Não se aplica

6- Quanto tempo de experiência você tem sendo empreendedor?*

- 1 a 5 anos
- 6 a 15 anos
- 16 a 25 anos
- 26 a 39 anos
- Mais de 40 anos

7- Em sua experiência, qual é o maior desafio para manter um negócio sustentável no Brasil?

- Aumentar a base de clientes
- Manter margens de lucro saudáveis
- Lidar com as flutuações econômicas

8- Você acredita que o sistema educacional brasileiro prepara adequadamente empreendedores para o mercado de negócios?

- Sim
- Não
- Não tenho certeza

9- Você acredita que as políticas governamentais de incentivo ao empreendedorismo no Brasil são eficazes?

- Sim
- Não
- Não tenho certeza

10- Qual é a sua visão geral sobre o futuro do empreendedorismo em Guarapari?

- Promissor
- Desafiador, mas com oportunidades
- Incerto
- Pessimista

11- Você acha que a sazonalidade atrapalha o empreendedorismo em Guarapari?

- Sim
- Parcialmente
- Não

12- Você considera o Brasil um país com burocracia excessiva para empreendedores?

- Sim
- Parcialmente

() Não