

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

SUZANE COUTINHO DE OLIVEIRA

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ
DE RIBAMAR, MARANHÃO**

São Luís
2013

SUZANE COUTINHO DE OLIVEIRA

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ
DE RIBAMAR, MARANHÃO**

Monografia apresentada à Universidade Federal do Maranhão – UFMA, no curso de graduação em Administração – 8º período, como requisito para conclusão do curso.

Orientador: Prof. Ms. Hélio Trindade de Matos.

São Luís
2013

Oliveira, Suzane Coutinho de

Um estudo sobre o empreendedorismo no município de São José de Ribamar, Maranhão./ Suzane Coutinho de Oliveira. – São Luís, 2013.

78 f. il.

Impresso por computador (fotocópia).

Orientador: Prof. Ms. Hélio Trindade de Matos

Monografia (Graduação em Administração) – Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, 2013.

1. Empreendedorismo. 2. Desenvolvimento local. 3. Município de São José de Ribamar. I. Título.

CDU 658(821 São José de Ribamar)

SUZANE COUTINHO DE OLIVEIRA

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ
DE RIBAMAR, MARANHÃO**

Monografia apresentada à Universidade Federal do Maranhão – UFMA, no curso de graduação em Administração – 8º período, como requisito para conclusão do curso.

Aprovada em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Hélio Trindade de Matos (Orientador)
Universidade Federal do Maranhão

1º Examinador(a)
Universidade Federal do Maranhão

2º Examinador(a)
Universidade Federal do Maranhão

Dedico este trabalho a profissional que me inspirou a seguir a carreira de administradora num período de muita dúvida em minha vida, sendo o melhor exemplo de profissional que eu poderia ter: a eterna professora – e administradora – Girlenny Assis.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos vão para o único e exclusivo responsável pela minha chegada até aqui: Deus.

A Ele que me concedeu o fôlego de vida, o desenvolvimento físico, mental e espiritual, a oportunidade de investimento em cursos e estudos de qualidade, a vitória em passar no vestibular e de chegar à conclusão do meu curso. Foi Ele que me presenteou com:

Meu marido e amigo incomparável, Diego Feres. Eu o amo e o admiro muito!

Meus pais Flávio e Lausimar, geradores e exemplos de vida e de vencedores.

Meu irmão, Ederson, que representa muito para mim.

Demais familiares de perto ou de longe, vocês são muito especiais em minha vida.

Meus amigos conquistados nesses quatro anos de curso: Karla Soares, Ranna de Moraes, Carla Nogueira, Jeremias Vieira, Rogeane Lopes, Thiago Henrique Melo, Lucimar Machado e Christyanne Almeida. Obrigada pelos maravilhosos momentos!

Os professores da Universidade Federal do Maranhão que, cada um a seu modo, agregaram valor a minha profissão. Um “muito obrigada” especial para meu orientador Hélio Matos.

E uma família em Cristo linda, amigos mais chegados que irmãos, presentes de Deus, como o Pastor Uziel Farias, Suzana Farias, Andrea Coelho, Fábio Coelho, Raimundo Vieira, Roseane Vieira, Ana Lúcia Matos, Rôlmerson Robson, Catherine Rabelo, Marcos Aurélio Silva, Railza Silva, entre tantos outros.

Obrigada, Senhor Jesus, por todas as pessoas citadas acima e por todas as vitórias concedidas!

“Combati o bom combate, completei a carreira guardei a fé. Já agora a coroa da justiça me está guardada, a qual o Senhor, reto juiz, me dará naquele Dia; e não somente a mim, mas também a todos quantos amam a sua vinda”

(2 Timóteo 4.7- 8/Bíblia Sagrada)

RESUMO

O Empreendedorismo proporciona relevantes benefícios para a sociedade e para a economia de um determinado local, sendo hoje um objeto de estudo muito requisitado a partir de pesquisas e posicionamentos já desenvolvidos em outros países, principalmente, nos Estados Unidos da América. No Brasil o tema ainda é novo e muitas são as dúvidas referentes ao quanto este fenômeno pode ou não auxiliar no processo de Desenvolvimento Local. Além de uma abordagem simplória, porém, esclarecedora referente ao fenômeno denominado Empreendedorismo, a pesquisa aborda também a diferenciação entre os termos crescimento e desenvolvimento econômico. Isso proporciona ao leitor o conhecimento sobre a abrangência e a influência que o empreendedorismo pode causar não somente no crescimento, mas também no desenvolvimento de um país ou região, no caso desta pesquisa, no município de São José de Ribamar, Maranhão. Tudo isso é apresentado salientando a importância da disseminação do ensino do empreendedorismo e do papel do empreendedor, não somente do empresário, na direção deste movimento, com toda a sua inovação e competência ao enfatizar, que é através do mesmo, que ocorrem processos de mudança e de melhorias sociais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Desenvolvimento local. Município de São José de Ribamar.

ABSTRACT

Entrepreneurship provides significant benefits to society and the economy of a particular place, and is now an object of study in great demand from research and positions already developed in other countries, mainly the United States of America. In Brazil the subject is still new and there are many questions regarding how this phenomenon may or may not assist in the process of Local Development. Beyond a simplistic approach, however, enlightening regarding the phenomenon called entrepreneurship, research also addresses the distinction between the terms growth and economic development. This provides the reader with knowledge about the scope and influence that entrepreneurship can cause not only growth, but also in the development of a country or region, in the case of this research, in the municipality of São José de Ribamar, Maranhão. All this is presented emphasizing the importance of the spread of entrepreneurship and the role of the entrepreneur, the entrepreneur not only in the direction of this movement, with all its innovation and expertise to emphasize, is that through it, change processes that occur and social improvements.

Keywords: Entrepreneurship. Local development. Municipality São José de Ribamar.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Motivo de se tornar Empreendedor.....	58
Gráfico 2 – O empreendimento superou as expectativas?.....	59
Gráfico 3 – Dificuldade para implantar um empreendimento.....	59
Gráfico 4 – Procura por órgão de auxílio ao micro e pequeno empreendedor	60
Gráfico 5 – Atratividade Municipal em Relação ao Empreendedorismo.....	61
Gráfico 6 – Estímulo Municipal ao Empreendedorismo.....	62
Gráfico 7 – Diferencial do Empreendimento.....	63
Gráfico 8 – Importância da Tecnologia na MPE.....	64
Gráfico 9 – Opinião sobre Empreendedor de Sucesso.....	65
Gráfico 10 – Priorização de Investimentos.....	66
Gráfico 11 – Reação dos Empreendedores Mediante Proposta de Emprego com Carteira de Trabalho Assinada.....	67

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Tabela 1 – Algumas partes interessadas e seus interesses	18
Quadro 1 – Tipos de influências sociais sobre o empreendedor potencial ou efetivo.....	21
Tabela 2 – Gerente e empreendedor: atividades	24
Quadro 2 – Empreendimentos visitados.....	56
Quadro 3 – Informações gerais das MPEs visitadas	56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento

CEAPG – Centro de Estudos em Administração Pública e Governo

COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

CPF – Cadastro de Pessoas Físicas

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

IEL – Instituto Eivaldo Lodi

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

IPI – Imposto Sobre Produtos Industrializados

IRPJ – Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas

MCT – Ministério da Ciência e Tecnologia

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

OCDE – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

PIS – Programa de Integração Social

PLC – Projeto de Lei da Câmara

PME – Pequena e Médias Empresas

PPA – Plano Plurianual

PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego

RCNEP – Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico

RG – Carteira de Identidade

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINE – Cadastro no Sistema Nacional de Emprego

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

UFMA – Universidade Federal do Maranhão

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR	15
2.1	Diferença entre empreendedor e administrador	22
2.2	Apoio ao empreendedorismo	25
2.3	Inovação	26
2.4	Tecnologia e gestão empreendedora	31
3	MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	36
3.1	Empresas familiares	43
3.2	Influências na economia	44
4	METODOLOGIA	48
4.1	Tipo de pesquisa	48
4.2	Visão teórica	48
4.3	Objeto da pesquisa	49
4.4	Instrumento de coleta de dados	49
4.5	Metodologia de análise de dados	49
5	EMPREENDEDORISMO EM SÃO JOSÉ DE RIBAMAR – MA	51
5.1	Balcão SEBRAE em São José de Ribamar – MA	54
5.2	Análise da visão dos empreendedores	55
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICES	73

1 INTRODUÇÃO

O município de São José de Ribamar, no estado do Maranhão, tem sido evidenciado nos últimos anos e isso ressalta o seu potencial de desenvolvimento através de empresários e empreendedores que desejam instalar empreendimentos no município que satisfaçam as necessidades crescentes da população ribamarense através de negócios rentáveis aos próprios empreendedores e à população em geral, já que, negócios que geram lucro também geram oportunidades de crescimento e isso implica também em mais empregos e renda a população.

Além disso, sabe-se que os novos modelos de organização, planejamento, direção, gestão, produção e operação das empresas baseados em redes cada vez mais complexas, permitem a focalização no cliente determinando a melhor relação preço/qualidade, os ciclos de desenvolvimento de novos produtos e serviços mais curtos, uma necessidade de resposta rápida aos clientes, e ainda a customização, personalização e diferenciação dos novos produtos e serviços das empresas que assentam seu modelo de competitividade nos recursos humanos, na inovação e no empreendedorismo dos seus colaboradores. (GOUVEIA apud LEITE, 2012).

Desta reflexão, tira-se a importância do empreendedorismo para a sociedade e a partir dessa importância, pretende-se evidenciar como este fenômeno possibilitará mais oportunidades de desenvolvimento econômico e, conseqüentemente, social aos cidadãos ribamarenses.

Este trabalho abordará, portanto, o empreendedorismo no âmbito da criação de negócios que contribuam para alavancar a economia local do município em questão.

O primeiro capítulo é destinado à justificação da mesma, isto é, os motivos pelos quais levou a discente a querer desenvolver o seu trabalho de conclusão do curso da graduação em Administração abordando o assunto empreendedorismo e o porquê da escolha do local da pesquisa onde será executada a análise – o município de São José de Ribamar, Maranhão. Além da justificação, serão apresentados no primeiro capítulo os objetivos definidos para a realização deste estudo.

O segundo capítulo intitulado “O Empreendedorismo e o Empreendedor” aborda a elasticidade dos conceitos sobre empreendedorismo e empreendedor,

onde se explicita que as diferentes áreas de atuação dos pesquisadores interferem no modo como eles compreendem os termos. É destacado também neste capítulo o papel da inovação e da tecnologia na gestão empreendedora. Quanto a um ponto interessante no que se refere ao termo empreendedor, observa-se ao longo do capítulo a diferenciação feita entre os termos empreendedor e empresário, onde são especificadas as atividades de cada um frisando que os termos não são sinônimos como muitos acreditam.

O terceiro capítulo é dedicado à concretização do desejo e dos sonhos mais profundos dos empreendedores: as empresas, no caso desse estudo, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Logo, são apresentados neste capítulo a conceituação, suas características, as empresas familiares e as influências que as MPEs causam na economia regional.

O quarto capítulo apresenta a metodologia utilizada para a execução da pesquisa.

Após a apresentação e esclarecimentos terminológicos de empreendedorismo, empreendedor, inovação, MPEs, entre outros, o capítulo cinco aborda o empreendedorismo em São José de Ribamar, Maranhão. Através da historicidade do município, das suas principais atividades econômicas e do empreendedorismo sob a ótica da criação de novos negócios no município. Neste capítulo, encontra-se também a análise do questionário aplicado a dez empreendedores locais, onde se destaca a percepção desses quanto as condições de implantação de um negócio no município.

Com o conjunto de dados levantados e analisados, o sexto capítulo apresenta a análise dos dados e as considerações finais sobre o empreendedorismo no município de São José de Ribamar.

Finalmente, com as considerações formuladas através do estudo do empreendedorismo como ponte para o desenvolvimento local, o estudo encerra-se oferecendo as respostas para as indagações levantadas ao longo do trabalho e salientando a relevância do empreendedor como agente fundamental para a propagação da inovação e de interessantes formas de negócios que propiciem desenvolvimento a sociedade ao estimular o crescimento econômico, o surgimento de empregos, a qualidade de vida, entre tantos outros benefícios a região do município de São José de Ribamar, Maranhão.

A preocupação e o anseio em fazer algo para auxiliar o desenvolvimento do município onde se vive foi o que motivou a realização deste estudo. Aliás, esse também é o papel da universidade em sua essência, formar profissionais capacitados que trabalhem em prol da sociedade em que vivem através da extensão dos conhecimentos adquiridos, sendo este um dos três pilares que sustentam a missão das universidades (ensino, pesquisa e extensão).

O empreendedorismo é um fenômeno atual e impacta muitas pessoas direta ou indiretamente, afinal, quem não conhece um ou mais empreendedores? No entanto, apesar de sua importância, nem todos detém informações adequadas e como exercer eficientemente o empreendedorismo com o intuito de alavancar as possibilidades de desenvolvimento da cidade de São José de Ribamar, no Maranhão.

A relevância desse estudo está em possibilitar a aplicação prática do que foi estudado ao longo do curso de Administração e levantar informações e ações importantes em prol da população ribamarense ao explicitar como o empreendedorismo pode auxiliar o processo de desenvolvimento local do município de São José de Ribamar – MA.

O objetivo deste estudo é analisar o potencial empreendedor do município de São José de Ribamar, sob a óptica da implantação de micro e pequenas empresas no município. Tem-se ainda os seguintes objetivos específicos: i) Identificar as condições para empreender no Município de São José de Ribamar; ii) Levantar os potenciais econômicos do município de São José de Ribamar; iii) Evidenciar a importância das MPE's para o município de São José de Ribamar.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Muito tem se falado em empreendedorismo nos últimos tempos. Existem até muitos termos e ideologias ligados a este tema surgindo a todo o momento que expressam o interesse e a necessidade de compreensão sobre esse assunto.

Diante disso, torna-se necessário abordar neste estudo as definições e linhas de pensamento que abrangem o termo “Empreendedorismo” e como torná-lo verdadeiramente eficaz ao executá-lo de modo que ele venha proporcionar retornos positivos e legais perante os próprios empreendedores e a sociedade como um todo.

A palavra empreendedorismo advém da palavra de língua inglesa *entrepreneurship* que é derivada da palavra de idioma francês *entreprendre* que denomina alguém que assume os riscos de criar um novo negócio. Esses termos apresentam algumas dificuldades quando a intenção é traduzi-los. Segundo Leite (2012), “*Entrepreneur* poderia ser traduzido como “empresário”. Todavia, para Drucker e outros autores, o termo é empregado para designar empreendedor, e não necessariamente um empresário”.

Segundo Dolabela (1999, p. 43), empreendedorismo designa “os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. Ou seja, é tudo aquilo que envolve o modo de existir do empreendedor, que é inerente ao seu ambiente de atuação.

Nos Estados Unidos, o empreendedorismo já é bem difundido e conhecido. No Brasil, no entanto, o surgimento, a necessidade e preocupação em se compreender melhor o assunto é resultante do:

[...] aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades, onde a concentração de empresas é maior. Sem alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a criar negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo, utilizando o pouco que ainda lhes restou de economias, pessoais, fundos de garantia etc. (DORNELAS, 2008, p. 01).

Além disso, houve também aqueles que se motivaram com as novas tecnologias (*internet*, chamada de a nova economia) que surgiam rapidamente proporcionando possibilidades de emprego, renda e independência financeira aos mais jovens e amantes tecnológicos. Esse conjunto de fatores gerou uma necessidade de aprendizagem sobre o tema, pois aqueles que antes eram empregados, agora se viam do outro lado da história, tornaram-se patrões e

independentes. Precisavam aprender sobre o novo mundo em que se encontravam e, principalmente, como sobreviver nele.

Observa-se através das pesquisas sobre o assunto que não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da exata definição de empreendedor. Para alguns autores, as dificuldades encontradas para definir o termo são decorrentes de concepções errôneas postuladas, principalmente pela mídia e pelo senso comum, que distorcem alguns conceitos (FARAH *et al*, 2008).

Cantillon (1755) e Say (1803) foram os precursores no tratamento da questão do empreendedorismo. Vérin (1982) examinou a origem e a evolução da palavra *entrepreneur*, mostrando que esta adquiriu seu significado atual no século XVII. (FARAH *et. al.*, 2008 p. 01).

É importante destacar que foi Schumpeter quem deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. (DOLABELA, 1999, p. 48).

O autor francês Julien (2010) apresenta em sua obra “Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento” várias definições de diferentes autores sobre o que é empreendedorismo:

[...] Cole (1942), um dos mais antigos pesquisadores sobre o assunto após Schumpeter, definiu empreendedorismo como ‘uma atividade que permite criar, manter e fazer crescer uma empresa lucrativa’. Gartner (1990) retoma essa definição explicando que o empreendedorismo está relacionado ao ‘comportamento que leva à criação de uma nova empresa’. Outros autores destacam, acima de tudo, a inovação. Assim, para Curran e Burrows (1986), o empreendedorismo constitui fundamentalmente ‘um processo inovador [...]’, o que exclui as reproduções de empresas ou as simples recuperações, como as que são feitas pelos administradores.

Nesta diversidade de definições sobre empreendedorismo, observa-se que o assunto aborda basicamente dois verbos centrais: criar e inovar.

Para a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (2003 apud JULIEN, 2010), "o empreendedorismo é uma maneira de ver as coisas e um processo para criar e desenvolver atividades econômicas com base em risco, criatividade e inovação de gestão, no interior de uma organização nova ou já existente".

Também há o conceito referente ao empreendedorismo que vem desmistificar o seu campo de atuação. Muitos pensam que empreendedorismo se aplica somente a Micro e Pequenas Empresas (MPEs), porém, o autor Chiavenato (2008, p. 261) nos mostra que,

[...] empreendedorismo não se trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio – produtos, processos, negócios, ideias – enfim, uma grande variedade de aplicações inovadoras que ainda estão longe de serem esgotadas. (CHIAVENATO, 2008, p. 261).

Após os diversos conceitos aqui apresentados, pode-se listar como atividades do empreendedorismo, segundo Dolabela (1999, p. 46), as seguintes ações:

- a. A disseminação da cultura empreendedora no sistema de ensino formal em todos os níveis;
- b. A disseminação da cultura empreendedora e o apoio à ação empreendedora entre grupos sociais, tais como desempregados, minorias, aliados do processo econômico;
- c. O empreendedorismo comunitário, em que sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a adversidade;
- d. A sensibilização das forças da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa;
- e. A geração do auto-emprego;
- f. A criação de empresas;
- g. A identificação, criação e busca de oportunidades para empresas existentes e novas;
- h. O financiamento de organizações emergentes e daquelas ameaçadas de desaparecimento;
- i. O intra-empreendedorismo (*intrapreneurship*) ou estudo do papel do empreendedorismo em grandes organizações;
- j. A promoção do desenvolvimento econômico local;
- k. A concepção e adoção de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo práticas econômicas, legais, tributárias, de financiamento etc.;
- l. O estabelecimento de redes de relações com universidades e com todas as forças sociais.

Ao tomar posse desse conhecimento, fica clara a relevância de se estudar, aplicar e disseminar o empreendedorismo como prática essencial ao desenvolvimento completo de uma localidade. Em âmbito mundial, foi após a década de 1980 que o empreendedorismo se difundiu de fato e passou a ser objeto

de interesse das ciências humanas e empresariais. Os especialistas nesta área passaram a desenvolver estudos fundamentados na cultura, numa metodologia e coerência mais sistemáticas, de acordo com o seu campo de estudo.

Para resumir, observe o quadro a seguir:

Tabela 1 - Algumas partes interessadas e seus interesses

Empreendedor	Lucro, sobrevivência, prosperidade
Empregados	Empregos, remuneração, qualidade de vida
Fornecedores	Capacidade de pagamento, continuidade dos negócios
Clientes	Qualidade, disponibilidade, preço
Investidores	Retorno do investimento
Comunidade	Qualidade de vida, padrão de vida
Governo	Impostos

Fonte: Maximiano (2006, p. 8.)

No quadro acima é possível perceber que o empreendedorismo movimenta o interesse de todas as partes sociais, desde a parte interna da empresa (empreendedor, funcionários) como também da parte externa (fornecedores, clientes, investidores etc.).

Conviver com todos esses grupos representa um grande desafio para as empresas. Cada um exige atenção constante e uma política de relacionamento. Se falhar em atender a algum deles, a empresa poderá sofrer impactos prejudiciais, sendo, em alguns casos, obrigada a suspender suas operações ou podendo falir. (MAXIMIANO, 2006, p. 09).

Pode-se destacar, assim, que os benefícios que o empreendedorismo gera são suficientes para que desperte mais comprometimento por parte dos governos a fim de que possa beneficiar a sociedade e ter como consequência a qualidade de vida e uma economia desenvolvida.

O empreendedor é a parte fundamental para a concretização das ideias inovadoras, criativas e, portanto, empreendedoras. Por isso, é importante ressaltar a definição e as principais características, segundo diversos autores, que envolvem esse indivíduo tão relevante quando se fala em empreendedorismo.

Dornelas (2008, p. 22) apresenta uma definição de empreendedor criada pelo conceituado autor Joseph Schumpeter (1949) que define que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de

novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Concordando com a definição acima, Chiavenato (2008, p. 04) defende que empreendedores fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento.

Para McClelland (1961 apud LEITE, 2012, p. 49) o empreendedor é “alguém que exerce certo controle sobre os meios de distribuição e produz mais do que pode consumir, com o objetivo de vendê-lo (ou trocá-lo) para obter uma renda individual (ou doméstica)”. Isto é, o empreendedor tem como objetivo o fim lucrativo, assim como o empresário. A diferença entre esses dois indivíduos será abordada mais adiante.

Segundo Farah et. al. (2008, p. 02), o empreendedor está continuamente em busca de novos métodos, tecnologias e filosofias que tornem seu negócio mais sólido e competitivo nos mercados em que atua, e conseqüentemente, aumentando a probabilidade de sucesso. Outra característica do empreendedor é que ele busca a competitividade, isto o torna relevante na economia de uma determinada região, já que, a competitividade estimula a economia e a criatividade das empresas em oferecer um melhor produto ou serviço para seus clientes no anseio de atraí-los em proporções cada vez maiores e de se estabelecerem no mercado através dos seus negócios.

Leite (2012, p. 49) apresenta também as principais características do espírito empreendedor que é a qualidade ou atividade do empreendedor. Elas são:

- a. Aceitação moderada de risco como função da capacidade de decisão;
- b. Atividade instrumental vigorosa e/ou original;
- c. Responsabilidade individual;
- d. Conhecimento dos resultados das decisões;
- e. Dinheiro como medida dos resultados;
- f. Previsão de possibilidades futuras;
- g. Aptidões de organizações;
- h. Interesse em ocupações empreendedoras como função de seu prestígio e risco.

Segundo Dolabela (1999, p. 45), "um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo". É claro que o mesmo deve ter a capacidade para atrair recursos para investir em seu empreendimento, mas isso é visto por ele como uma medida de desempenho, como uma forma de comprovar que tem capacidade de tornar o seu negócio em realidade, isto é, a captação de recursos é uma meta do empreendedor e não o objetivo em si.

As oportunidades devem ser objetos de total atenção e percepção por parte do empreendedor, pois representam papel fundamental na realização da prática empreendedora.

Oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação. Ela tem algo de novo e atende a uma demanda dos clientes, representando um nicho de mercado. Ela é atrativa, ou seja, tem potencial para gerar lucros, surge em um momento adequado em relação a quem irá aproveitá-la – o que a torna pessoal – é durável e baseia-se em necessidades insatisfeitas. (DOLABELA, 1999, p. 87).

Para que se possa desempenhar de maneira satisfatória o desenvolvimento das oportunidades é necessário buscar condições favoráveis para que as mesmas se tornem ações exitosas e gere lucros. Buscar condições favoráveis significa correr atrás de recursos financeiros, tecnológicos e humanos, além de saber lidar com todos eles, isto é, gerenciá-los eficientemente.

Os empreendedores buscam a independência, esperando assim tomar nas mãos o próprio destino frente à sociedade, mas necessitam sistematicamente do meio no qual agem para terem ideias, recursos para o desenvolvimento de organizações e novas informações para prosseguir os projetos. (JULIEN, 2010, p.109).

Farah et. al. (2008, p. 05) apresenta que existem três ordens de preocupação entre os pesquisadores ao apontar o que identificaria um empreendedor:

A primeira refere-se ao âmbito de atuação do empreendedor. Alguns autores entendem que o segmento da sociedade no qual o empreendedor atua é a economia; outros acreditam que pode e deve se voltar também para outras áreas da sociedade. A segunda trata do perfil do empreendedor. Algumas definições sugerem que a melhor maneira de saber se alguém é ou não um empreendedor é localizando os resultados ou o produto de sua atuação. A terceira preocupação diz respeito ao raio de influência que se atribui a um empreendedor na sociedade em que está inserido.

Muitos autores defendem a ideia de que ninguém nasce empreendedor, ou seja, com o espírito empreendedor aguçado que consiste no “desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto [...] que transcende os campos dos negócios e da economia”. (LEITE, 2012, p. 42). Sendo assim, entende-se que o meio e suas influências podem interferir ou despertar o espírito empreendedor e seu desenvolvimento em um indivíduo.

Quadro 1 - Tipos de influências sociais sobre o empreendedor potencial ou efetivo

INFLUÊNCIAS	ORIGEM	EFEITOS	POSITIVAS	NEGATIVAS
Afetivas	Família, amigos etc.	Laços fortes de segurança	Encorajamento	Dissuasão
Simbólicas	Educação, trabalho	Normas, crenças, modelos	Segurança	Conservadorismo
Sociológicas	Trabalho, experiência, redes	Enraizamento ou imersão em um meio	Recursos disponíveis	Obstáculos potenciais

Fonte: Julien (2010, p. 112).

O quadro acima apresenta as influências do meio e sociais que o indivíduo pode sofrer e que acarretará consequências em seu perfil empreendedor. Nela são demonstrados os tipos de influências que se enquadram basicamente em três tipos: afetivas, simbólicas e sociológicas; a origem dessas influências que podem ser no seio da família ou entre amigos, no convívio em uma instituição educacional (escola, curso, universidade) e/ou trabalho, e também em demais experiências em redes. As influências e seus pontos de origem podem causar também efeitos que, de acordo com cada indivíduo, causam consequências positivas e negativas.

Dolabela (1999, p. 46) faz o seguinte posicionamento: "todos consideram que o estudo do comportamento do empreendedor é fonte de novas formas para a compreensão do ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal".

A empresa é uma forma de materialização dos nossos sonhos. É a projeção da nossa imagem interior, do nosso íntimo, do ser total. Desta forma, fica explícito que o empreendedor tem em seu negócio, também, uma forma de

satisfazer-se pessoalmente, onde além do lucro que pode ser obtido, há o contentamento com a sua capacidade de realização de um objetivo, um sonho que edifique sua auto estima e desencadeie a satisfação pessoal completa.

Porém, ainda que seja observado e estudado o meio e as potencialidades individuais dos empreendedores, o sucesso do empreendimento que os mesmos vão encabeçar ou já estão à frente, movimenta-se em direção ao externo, ao lado de fora das empresas, ou seja, aos clientes e suas necessidades. Isto significa que de nada adianta o empreendedor agir de forma inovadora, criativa, liderando e motivando pessoas a trabalhar eficientemente se o mesmo não visa a satisfação das necessidades consumidoras de seu produto/serviço, pois, afinal, quem prestigia e concede o retorno do capital investido em uma empresa são os seus clientes. Assim,

[...] são o cliente e o mercado que definem o sucesso [...] o empreendedor bem-sucedido sempre está com o olhar voltado para fora da empresa, procurando novas formas de atender, mais rápido e melhor, seus clientes. [...] Deve-se reconhecer e recompensar a iniciativa individual que procura satisfazer ao máximo os desejos e as necessidades dos consumidores. (LEITE, 2012, p. 43).

A atitude de estar sempre atento ao mercado para satisfazer as necessidades do seu público-alvo é uma característica essencial do empreendedor. O que muitas pessoas confundem e que chegam a tratar até como sinônimos é que o empreendedor é muitas vezes igualado ao administrador e vice e versa. Mas, será que existe diferença entre esses dois personagens tão importantes para as organizações e para a economia?

2.1 Diferença entre empreendedor e administrador

Dornelas (2008) aborda essa questão no intuito de diferenciar o administrador e o empreendedor ressaltando suas principais características. O administrador é encarado como o agente que se concentra em planejar, organizar, dirigir e controlar. E que o perfeito controle, também chamado de hierarquia, exercido pelo administrador nem sempre garante que as ações planejadas sejam realizadas conforme o planejado devido outras variáveis que acabam interferindo no processo. O autor define que:

[...] o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa [...] De uma ideia, surge uma inovação, e desta, uma empresa. (DORNELAS, 2008, p.17).

Pode-se listar também outro autor com a mesma visão de diferenciação entre empreendedor e empresário. Segundo Bernardi (2007, p. 133), existe de fato uma pessoa com dois papéis, ou seja, empreendedor e gerente. Um bom empreendedor não é necessariamente um bom executivo e vice-versa.

Outro fator que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Esse talvez seja o grande paradoxo a ser analisado já que o ato de planejar é considerado uma das funções básicas do administrador desde os tempos de Fayol [...] Nesse caso, o empreendedor estaria sendo um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas e interage com o seu ambiente para tomar as melhores decisões (DORNELAS, 2008, p.19).

Bernardi (2007, p. 133) apresenta as características genéricas de um executivo ou gerente que são diferenciais e simultaneamente complementares à personalidade típica do empreendedor, tais como:

- a. Objetividade;
- b. Sociabilidade;
- c. Cooperatividade e atenção;
- d. Capacidade de ouvir;
- e. Persuasão;
- f. Capacidade de verbalização e hábito de leitura;
- g. Controle emocional mais acentuado;
- h. Envolvimento dos subordinados nas decisões;
- i. Delegação de atividades que envolvam processos técnicos, concentração e rotinas;
- j. Menor atenção aos detalhes;
- k. Comportamentos racionais.

Tais características somadas a uma visão social, ambiental, política e holística resulta em um empreendedor que além de ser visionário ainda é capacitado para o gerenciamento do seu próprio empreendimento.

Torna-se necessário, apresentar um quadro comparativo que demonstre as diferenças entre um empreendedor e um administrador.

Tabela 2 – Administrador e empreendedor: atividades

ADMINISTRADOR	EMPREENDEDOR
Tenta otimizar os recursos para atingir metas	Estabelece uma visão e objetivos; depois, localiza os recursos
Opera dentro de uma estrutura existente	Define tarefas e papéis que criam uma estrutura de organização
Busca aquisição de conhecimentos gerenciais e técnicos	Apoia-se na autoimagem geradora de visão e inovação; busca adquirir <i>know-how</i> e <i>know-who</i>
A chave é se adaptar às mudanças	A chave é iniciar as mudanças
Seu padrão de trabalho implica análise racional	Seu padrão de trabalho implica imaginação e criatividade
Trabalho centrado em processos que se apoiam no meio em que ele se desenvolve	Trabalho centrado no planejamento de processos que resultam de uma visão diferenciada do meio
Apoiado na cultura da afiliação	Apoiado na cultura da liderança
Centrado no trabalho em grupo e na comunicação grupal	Centrado na evolução individual
Trabalha no desenvolvimento dos dois lados do cérebro, com ênfase no lado esquerdo	Desenvolvimento dos dois lados do cérebro, com ênfase no lado direito
Desenvolve padrões para a busca de regras gerais e abstratas em princípios que possam se transformar em comportamentos empresariais de eficácia	Lida com situações concretas e específicas; sabe que uma oportunidade é única, um caso diferente de outros, e que deve, portanto, ser tratado de forma específica
Voltado à aquisição de <i>know-how</i> em gerenciamento de recursos e da área de própria especialização	Voltado à aquisição de <i>know-how</i> para definir contextos que levem à ocupação do mercado

Fonte: Dolabela (1999, p. 119, adaptada pela autora).

De acordo com as definições abordadas acima, entende-se, então, que não necessariamente um administrador, empresário ou gerente seja um empreendedor, pois suas funções e características se diferenciam em alguns aspectos. O empreendedor é um administrador com diferenças expressas em relação aos altos gerentes e executivos de uma organização tradicional. E isso, mostra a importância de, num país, estado ou cidade, não serem formados apenas profissionais aptos a “tomarem conta” de uma empresa ou organização.

Percebe-se aqui a necessidade de se formar administradores empreendedores, completos em sua função, para que os mesmos, ao se depararem com as realidades existentes no mercado, possam se diferenciar ao tomarem decisões inovadoras, criativas a fim de atenderem as necessidades dos seus clientes possibilitando a melhoria do produto/serviço oferecido, estimulando a competitividade e aquecendo a economia e o desenvolvimento local.

2.2 Apoio ao empreendedorismo

Dada a relevância do tema, surgiram algumas organizações que têm por objetivo prestar o auxílio à atividade empreendedora para aqueles que almejam ou já possuam algum empreendimento e que estão em busca de informação, apoio e até mesmo financiamento. Algumas destas iniciativas e organizações serão descritas a seguir.

Maximiano (2006, p. 16) destaca a importância do contador quanto as tramitações legais e burocráticas que um empreendedor deve enfrentar ao implantar uma empresa. O autor afirma que,

[...] uma das primeiras providências, se não a primeira, é procurar um contador. É recomendável escolher um profissional com experiência nesses procedimentos para que o processo de abertura se desenrole da maneira mais correta e no menor intervalo de tempo possível.

Além disso, vale ressaltar o papel das incubadoras. As incubadoras são formas de fortalecer as pequenas empresas no mercado atual e tão competitivo. Um fato interessante atrelado a esse assunto é que as incubadoras recrutam as empresas mais inovadoras e com melhores chances de se desenvolverem no mercado e isso acarreta maiores possibilidades de sobrevivência de empresas que passam por este tipo de auxílio. Uma relação de incubadoras pode ser encontrada no endereço da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), através do seguinte endereço eletrônico: www.anprotec.org.br.

A seguir, destaca-se alguns órgãos de informação e apoio ao empreendedorismo, em conformidade com Maximiano (2006, p. 17):

O primeiro é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) que é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1990, e que tem por missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Por meio de parcerias com os setores público e privado, o Sebrae promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. Trabalha pela redução da carga tributária e da burocracia para facilitar a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas. (SEBRAE, 2013). Essa

organização oferece informações e esclarecimentos a respeito da abertura legal de um negócio e inúmeros outros serviços para empreendedores.

O Instituto Empreender Endeavor – www.endeavor.org.br – atua como agente facilitador do desenvolvimento de empreendedores. Tem uma extensa carteira de serviços que inclui orientação, treinamento e avaliação de planos de negócios, entre outros.

Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) – www.finep.gov.br – é uma empresa pública vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) que concede financiamentos reembolsáveis e não reembolsáveis – destinados a instituições sem fins lucrativos – e apoia a incubação de empresas de base tecnológica, a implantação de parques tecnológicos, a estruturação e consolidação dos processos de pesquisa, o desenvolvimento e a inovação em empresas já estabelecidas e o desenvolvimento de mercados.

O empreendedor que almeja se destacar e permanecer no mercado deve buscar informações e auxílio nos mais diversos lugares possíveis e não se ater apenas a sua região. É interessante buscar informações de fora para analisar o que adaptar a sua realidade e desenvolver uma forma diferente de gerir e implantar o seu negócio.

Além das instituições citadas acima, tem-se também instituições que oferecem serviços para o aperfeiçoamento da gestão e da capacitação empresarial, tais como, Instituto Euvaldo Lodi (IEL), BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento), Sociedade SOFTEX, demais Fundações de Amparo a Pesquisa, institutos estaduais de tecnologia, prefeituras e as entidades do sistema S.

2.3 Inovação

Segundo Drucker (1975, p. 863), pouco espaço é normalmente dedicado à função empresarial de criar eficaz e objetivamente o novo e o diferente. Nessa negligência da administração da inovação, os livros apenas refletem a realidade empresarial. Toda administração frisa a necessidade de inovar. Mas poucas, tanto nas grandes ou como nas pequenas empresas, organizam a inovação como tarefa distinta e importante.

Dentre as iniciativas que levam ao aumento da produção de idéias estão: formação de cientistas, financiamento à pesquisa científica, montagem de

laboratórios, um sistema eficiente de patenteamento e outras. (FEIJÓ, 2007, p. 40). O autor expressa que a inovação pode ser estimulada através de orientações sistemáticas, organizadas para levar ao outro o ensino da inovação.

Para Bernardi (2007, p. 113), "inovações ocorrem por ideias, mas não necessariamente de gênio, e sim por observação e pesquisa consciente na busca de oportunidades, aliando observação, percepção e criatividade".

As características descritas anteriormente por Bernardi são também qualidades do micro e pequeno empreendedor, onde, sem as quais, seria demasiadamente difícil que sobrevivessem ao mercado. Talvez, por isso, Drucker (1975, p. 867) tenha frisado que: "Das companhias de crescimento inovadoras dos últimos vinte e cinco anos, todas começaram como pequenas empresas. E, indiscutivelmente, as pequenas empresas têm se saído muito melhor do que os gigantes". Isso se deve a visão dos empreendedores, da sua facilidade, e até necessidade, de criar coisas e situações novas que lhes acrescente adjetivos e percepção do ambiente que, conseqüentemente, tornam-se benefícios para seus clientes e para eles próprios fazendo com que seus empreendimentos se destaquem e sejam visíveis entre as demais organizações.

As organizações inovadoras, em primeiro lugar sabem o que significa "inovação". Sabem que inovação não é ciência ou tecnologia, mas valor. Sabem que não é algo que se passa dentro de uma organização, mas uma mudança externa. A medida da inovação é o impacto sobre o meio-ambiente. (DRUCKER, 1975, p. 869).

Habilidades para a criatividade e inovação todos possuem, mas a racionalidade, os bloqueios tradicionais, os usos e costumes impedem e dificultam o desenvolvimento dessa habilidade (BERNARDI, 2007, p. 113). Para ser inovador não é necessário que o indivíduo seja tecnólogo, especialista ou economista. As habilidades para a criatividade e inovação, como Bernardi explica, surgem para aqueles que se dispõem a prever vulnerabilidades e oportunidades.

A inovação muitas vezes é ligada apenas ao campo tecnológico, científico e de pesquisas. Porém, a inovação é um termo muito mais abrangente e isso é possível de ser percebido na seguinte afirmação:

Inovação não é um termo técnico. É um termo econômico e social. Seu critério não é ciência ou tecnologia, mas uma mudança no comportamento das pessoas como consumidores ou produtores, como cidadãos, como estudantes ou professores, e assim por diante. A inovação cria novas riquezas ou novo potencial de ação mais do que novo conhecimento. (DRUCKER, 1975, p. 866).

Segundo Bernardi (2007, p. 113), a habilidade criativa e inovadora está relacionada a:

Sensibilidade a fatos, dados, tendências e a problemas;
Flexibilidade para questionar o tradicional e as ideias preconcebidas;
Fluência de pensamento e habilidade de relacionar, associar e idealizar;
Originalidade.

O autor apresenta que entre os diversos bloqueios à criatividade, encontram-se os de natureza mental, emocional, ambiental, cultural e técnica, os quais as pessoas já experimentaram, em algum momento, quando tiveram, por exemplo, que apresentar uma ideia.

A seguir, ilustram-se alguns exemplos de bloqueios levantados por Bernardi (2007, p. 113):

Desânimo;
Receio de ridicularização;
Questionamento do óbvio e do consagrado;
Receio de críticas;
Receio do desconhecido;
Necessidade de familiaridade;
Ordenações e racionalizações excessivas;
Estereótipos de ação e pensamento;
Distinção preconcebida entre causas e efeitos;
Dificuldade de relacionar e associar fatos e dados;
Superespecialização;
Receio de errar;
Percepção.

A inovação, geralmente, surge de simples ideias e se tornam bem sucedidas por serem fáceis e bem objetivas. Bernardi (2007, p. 114) apresenta uma informação interessante em que o autor declara que:

[...] Em ambientes propícios e com programas específicos, pude constatar por experiência muitas soluções e inovações, pequenas, óbvias (depois da ideia) e simples, vindas de pessoas de todos os níveis da empresa. Não se entende como tais ideias ficaram adormecidas por tantos anos, com tantos técnicos e pessoas capacitadas na empresa; daí a ênfase nas pessoas, na cultura e no ambiente, não por modismo, mas por convicção.

No mundo corporativo, destacam-se as seguintes barreiras que se observam na busca por inovações, ainda segundo Bernardi (2007, p. 114):

Distanciamento do empresário com fornecedores, clientes e outros elementos do sistema;
Visão e horizontes estreitos, de resultados de curto prazo;
Racionalismo e burocracia excessivos;
Inflexibilidade estrutural, cultural e ambiental;
Sistema de reconhecimento baseado na eficiência e não na criatividade;
Ambiente pouco propício a tentativas e riscos.

Para gerir inovação é preciso que os empreendedores possuam estratégias específicas que os levem a fazer de seus empreendimentos, negócios

diferenciados e que causem impacto no meio em que estão estabelecidos.

A estratégia de inovação visa criar um novo negócio e não um novo produto dentro de uma linha já firmada. Visa criar nova capacidade de desempenho e não melhoramento. Visa criar novos conceitos do que é valor e não atender um pouco melhor as expectativas existentes de valor. (DRUCKER, 1975, p. 873).

Para se concretizar uma estratégia inovadora, o primeiro objetivo é otimizar o que a empresa já tem, isto é, fazer com que o que já está estabelecido dentro da organização não envelheça e decaia. O segundo objetivo é visar alto quanto aos esforços que vão levar a inovação, isso porque, segundo Drucker (1975, p. 873) é tão difícil fazer uma pequena modificação em um produto existente como criar um novo.

Formica (2000, p. 81-82) sugere três caminhos que podem levar à inovação e ao empreendedorismo. Esses caminhos serão descritos a seguir:

Primeiro caminho: menos impostos, menos subsídios – O autor defende que a inovação e o empreendedorismo surgem em ambientes que propiciam a cooperação competitiva. Na contramão disso, “estão os ambientes que resultam do conluio entre os atores, regulados por sistemas de subsídios [...]. Tais sistemas prejudicam a competitividade e aumentam impostos”.

Isto significa que os subsídios e os impostos dificultam a inserção de novas empresas no mercado, e sem essas novas empresas, as que conseguiram adentrar no mercado se acomodam por não terem com quem concorrer e isso causa o atrofiamento da capacidade inovadora e competitiva dos empreendedores.

Segundo caminho: promover o empreendedorismo dentro da área acadêmica – No subcapítulo 2.2 O Empreendedorismo e o Ensino, da presente pesquisa, foram abordados a importância de o empreendedorismo ser difundido e ensinado no âmbito acadêmico e como isso já faz sucesso em outros países como os Estados Unidos e o Canadá. Segundo o autor Formica, a universidade empreendedora poderia contrarrestar a atual tendência, que implica ausência de transparência, a prática de favorecimentos e a resistência à inovação, que são as marcas do sistema universitário tradicional. A universidade deve ser o ponto de partida para a inovação, nela deve ser estimulado o pensamento inovador tanto dos discentes, quanto do corpo docente e da administração em geral.

Terceiro caminho: financiar empresas inovadoras – É notório que as MPEs precisam de apoio financeiro para dar início à operacionalização de seus

negócios e se estabelecerem no mercado. Formica aponta (2000) que capital inicial e capital semente são os catalistas que fazem com que as coisas aconteçam muito mais rápido. Infelizmente, trata-se do tipo de capital do qual as comunidades locais frequentemente não dispõem. No entanto, por estranho que pareça, há um excesso de oferta de recursos, mesmo em comunidades atrasadas.

O que falta, porém, é a administração de empresários bem-sucedidos para selecionar projetos vencedores. Por conseguinte, os recursos são desviados do cenário inovador e empreendedor para contextos mais tradicionais”. Ou seja, não basta apenas que se tenham recursos para investir em MPEs, mas também que os mesmos sejam criteriosamente dirigidos a empresas inovadoras que tenham muitas vantagens a oferecer a comunidade através dos seus produtos e/ou serviços.

Além dos caminhos abordados por Formica (2000) para que se chegue à inovação e ao empreendedorismo, é preciso salientar que, dentro das organizações, a inovação deve ser organizada separadamente das atividades organizacionais rotineiras.

Drucker (1975, p. 881) explica que as organizações inovadoras percebem que não se pode simultaneamente criar o novo e tomar conta do que já existe. Percebem que manter as atividades correntes é uma tarefa excessivamente grande para que as pessoas nela empenhadas tenham muito tempo para criar o novo, o diferente, o negócio do futuro. Assim, pode-se entender que para se estruturar uma organização para que ela seja produtora de inovação é necessário que haja componentes organizacionais separados cujo negócio seja totalmente voltado à inovação, a sua criação.

A inovação também deve ser encarada como um negócio contingencial, isto é, que depende do momento, da situação para que possa ser organizada e desenvolvida. Não é uma função que já foi preestabelecida para acontecer em determinado momento porque faz parte de um processo, muitas vezes, calculado e inflexível. Nesse sentido, (DRUCKER, 1975, p. 883) “[...] as organizações inovadoras percebem que a inovação requer, desde o início, ser organizada como um “negócio” e não como uma “função”. Em termos concretos, isto significa deixar de lado a sequência de tempo tradicional em que a “pesquisa” vem primeiro, seguida pelo “desenvolvimento”, por sua vez seguido pela “fabricação”, e com “marketing” no fim.

As organizações inovadoras consideram estas atividades funcionais como parte de um só processo, o processo de desenvolver um novo negócio. Quando e

como cada um destes instrumentos será posto em jogo é decidido pela lógica da situação e não por qualquer sequência de tempo predeterminada”. (DRUCKER, 1975, p. 883).

Peter Drucker acrescenta ainda a diferença entre as funções tradicionais e a função inovadora. Para ele as funções tradicionais organizam o trabalho a partir de onde estamos hoje em direção a onde estamos indo, já a função inovadora organiza o trabalho a partir de onde queremos estar, de volta ao que temos que fazer agora para chegar lá. (DRUCKER, 1975, p. 883).

A inovação, portanto, é a chave para o sucesso de uma organização e as MPEs se destacam quanto a esse assunto, pois são mais livres para inovar e também porque precisam disso para que consigam permanecer no mercado e garantir sua existência diante de tantas empresas com portes e recursos muito maiores que elas.

Vale ressaltar também que a inovação é mais uma dos muitos adjetivos que o empreendedor possui, por isso, o mesmo precisa estar sempre ligado ao ambiente, atento ao que o cerca para ser capacitado a inovar e garantir melhores maneiras de seu empreendimento se desenvolver em meio a tanta competitividade como a que existe atualmente.

2.4 Tecnologia e gestão empreendedora

Muitas das pessoas mais prósperas do mundo começaram a vida como pequenos empreendedores, virtualmente do zero. Pessoas como Henry Ford e Bill Gates foram além de empresas. Eles transformaram a tecnologia, o modo de fazer negócios e a própria sociedade. (MAXIMIANO, 2006, p. 01).

Com esta afirmação, pode-se perceber que o empreendedorismo pode – e deve – andar junto com a tecnologia, pois a mesma é uma grande ferramenta para a otimização do trabalho e para a boa condução dos negócios. E como afirma Leite (2012, p. 76), a capacidade de inovação e o dinamismo das micro, pequenas e médias empresas estão sendo descobertos pelas nações de todo o planeta como uma alternativa para uma retomada econômica. O mundo está neste momento focalizando muito mais o fenômeno, a importância do empreendedorismo. Esta notoriedade do empreendedorismo exige que o mesmo seja mais bem estruturado e desenvolvido, e a tecnologia é um grande auxílio para que este fenômeno seja

conduzido a muitos lugares nacionais e internacionais servindo de bons exemplos para todos os empreendedores dos mais diversos lugares. A tecnologia auxilia as novas empresas a disfrutarem de um rápido crescimento e isso implica também em novas portas de emprego, não só para trabalhadores que seriam normalmente contratados, mas também para profissionais da área de tecnologia e informação.

Os empreendimentos tecnológicos têm como consequência o desenvolvimento tecnológico que segundo Feijó (2007, p. 17),

[...] constitui uma via essencial para o crescimento econômico. Só com o acúmulo de estoque de capital não se conseguiria ir muito adiante na direção do mundo das riquezas. É preciso inovar, descobrir e aplicar novas técnicas de produção, experimentar procedimentos inéditos, novos materiais, empregar máquinas etc.

A partir disso percebe-se a relação das atividades empreendedoras com o processo de desenvolvimento tecnológico, onde nas empresas são criados espaços propícios e de estimulação para tal desenvolvimento através da capacidade de inovação dos empreendedores.

A conclusão tirada do relatório sobre *Jobs Study* da OCDE, Tecnologia, Produtividade e a Criação de Empregos, diante do crescimento na taxa de empregos causado pelas empresas de alta tecnologia nos Estados Unidos foi a de que “os governos devem encorajar a criação e o crescimento de empresas com base tecnológica pela promoção do ‘empreendedorismo tecnológico (ou techempreendedorismo)”. (FORMICA, 2000, p. 71).

Uma frase que está em bastante evidência atualmente é que “empresas de base tecnológica podem revolucionar a gestão”. E Leite (2012, p. 269) apresenta bem isso quando afirma que “como fonte de novas ideias ou como modelos a se pôr em prática, essas empresas oferecem uma série de lições para qualquer gestor empenhado em alcançar o sucesso na agitada economia atual, impulsionada pela informação”.

É óbvio que para uma MPE sobreviver e se desenvolver em meio a tantas mudanças tecnológicas, é preciso que o empreendedor detenha as competências gerenciais necessárias (desempenhe a gestão empreendedora) e que saiba inserir em seu empreendimento os meios tecnológicos adequados, a contratação de mão de obra qualificada e a melhor maneira de fazer com que os benefícios de tais mudanças cheguem a todos os seus clientes. Assim, temos:

O empreendedor tecnológico, portanto, deve mudar de atitude para ajudar seus clientes a aproveitarem as vantagens acarretadas pelas mudanças

tecnológicas. Ao contrário do que se pensa, a criatividade em tecnologia está longe de habilitá-lo a aproveitar as oportunidades que mudam o presente. A visão tecnológica precisa ser enriquecida com criatividade tanto no planejamento da produção quanto no marketing. (FORMICA, 2000, p. 72).

Para complementar o que foi dito, hoje existem também:

[...] empresas nas quais as pessoas se autoempregam, isto é, que a tecnologia interfere diretamente na execução do negócio. Atualmente já se constata um grande volume de empregos gerados pela internet. Basta imaginar quantos estão empregados como designers de sites, além de pequenos negócios que surgem a todo momento na rede. (LEITE, 2012, p. 76).

Este é um fenômeno muito interessante e cada vez mais comum. São muitas micro empresas que surgem no âmbito da internet que mesmo sendo micro, ao mesmo tempo são globais, *status* este que, antigamente, só as multinacionais possuíam.

Mudanças tecnológicas e no modo de tocar um negócio requer que o empreendedor, cada vez mais, conheça como exercer dentro de seu empreendimento a gestão empreendedora eficaz que tem impregnado em si o acentuado e inerente processo inovador, isto significa que na gestão empreendedora a inovação é base essencial para que essa gestão aconteça.

A gestão empreendedora deve estar sempre preocupada com as melhorias que atingem a empresa e sua questão econômica, pois é através dos resultados econômicos que ela produz que se pode dar credibilidade a sua existência e a sua autoridade perante o meio em que atua. Isso não significa que não se possam registrar resultados como a satisfação dos funcionários, suas relações interpessoais, lazer etc., porém, a empresa terá falhado se não buscar a melhora de sua capacidade de produzir riquezas ou, pelo menos, de não baixar essa capacidade mantendo o patamar dos produtos/serviços oferecidos ao consumidor por um preço que ele esteja disposto a pagar.

É pertinente que se faça alguns alertas aos empreendedores para que os mesmos possam compreender o que é gerenciar um empreendimento que centralize a inovação e a melhoria de seus negócios, que preze pela eficaz realização das suas atividades visando a agregação de valor a MPE e sua gestão empreendedora e conduzindo ao sucesso do empreendimento perante a concorrência, aos colaboradores, aos clientes e demais agentes sociais. Como apresentadas por Leite (2012, 87-88):

- Dentro do negócio não há resultados nem recursos. Ambos estão fora dele. Não há centros de lucros dentro do negócio, apenas centro de custos. As oportunidades de uma empresa residem fora dela, no ambiente em que está;
- Os resultados são obtidos pela exploração das oportunidades, e não apenas pela solução dos problemas;
- Os recursos precisam ser concentrados nas oportunidades, e não nos velhos problemas. Muitas empresas dispersam seus recursos financeiros empregando-os em produtos problemáticos, de rentabilidade duvidosa. Não se pode deixar de lado todos os problemas, mas eles podem e devem ser minimizados. Considera-se atualmente que a maximização das oportunidades é a definição mais precisa da responsabilidade empresarial. Significa que a eficácia, em vez da eficiência, é essencial nos negócios. A questão apropriada agora não é como fazer as coisas de modo certo, mas como encontrar as coisas certas a serem feitas, e nelas concentrar os recursos e esforços;
- Resultados econômicos são conquistados graças a liderança, não por mera competência;
- Toda situação de liderança é transitória e de vida efêmera. Nenhum negócio está seguro em sua posição de liderança. O que era líder ontem hoje possivelmente não mais o é;
- O que existe está ficando velho. Dizer que a maioria dos empreendedores gasta a maior parte do seu tempo resolvendo os problemas de hoje é um eufemismo. Eles gastam a maior parte do tempo com problemas de ontem. É sempre fútil restaurar a normalidade; a normalidade é apenas a realidade de ontem. Isso é, em grande parte, inevitável. O que existe hoje é, necessariamente, o produto de ontem;
- Provavelmente, o que existe está mal alocado. Enquanto 90% dos resultados são produzidos pelos primeiros 10% dos eventos, 90% dos custos são feitos pelos 90% restantes dos eventos sem resultados. Os recursos são geralmente alocados em 90% de eventos que não dão resultados. Em outras palavras, resultados e custos estão em relação inversa;
- A concentração é a chave dos resultados econômicos: concentrar recursos no pequeno número de produtos e atividades que produzam maior rendimento. O reverso é abandono. O abandono corajoso de produtos não rentáveis é chave para o sucesso da empresa. (LEITE, 2012, p. 87-88).

Torna-se claro o compromisso que se deve ter com a atividade de gestão que é incumbida ao empreendedor. Os pontos destacados acima se tratam de situações, muitas vezes confusas ao empreendedor, que ocasionam erros na administração de um empreendimento. Tais observações se tornam relevantes porque esclarecem pontos importantes que influenciam na condução do negócio e, se bem compreendidas e executadas, conduzem ao sucesso da empresa e beneficiam todos os indivíduos participantes das atividades por ela desenvolvidas.

Com o que foi exposto, pode-se concluir que a tecnologia e a gestão empreendedora se relacionam entre si, pois a gestão de um empreendimento deve ser pautada em métodos e ideias inovadoras. O empreendedorismo em sua própria essência é inerente à inovação e a melhorias contínuas em seu processo gerencial. A tecnologia vem para auxiliar e somar benefícios à esse tipo de gestão. Por isso, é

preciso entender e exercer a gestão empreendedora de modo que a mesma saiba utilizar a tecnologia a seu favor, para o seu próprio desenvolvimento.

O empreendedor deve buscar constantemente as novidades tecnológicas e adaptar ao seu empreendimento para que sua empresa possua mais chances de permanecer e de ter alto grau de competitividade em relação às demais empresas, inclusive as de porte maior que as MPEs.

3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Segundo dados do SEBRAE (2013), os critérios que classificam o tamanho de uma empresa constituem um relevante fator de apoio às MPEs, permitindo que estabelecimentos dentro dos limites instituídos possam usufruir de benefícios e incentivos previstos em legislações.

No Estatuto da Micro e Pequena Empresa, de 1999, o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos valores foram atualizados pelo Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004, são os seguintes:

- **Microempresa:** receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos);

- **Empresa de Pequeno Porte:** receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões cento e trinta e três mil duzentos e vinte e dois reais).

Atualmente, esses critérios são adotados em diversos programas de crédito do governo federal em apoio às MPE.

É importante ressaltar que o regime simplificado de tributação - SIMPLES, que é uma lei de cunho estritamente tributário, adota um critério diferente para enquadrar micro e pequena empresa. Os limites, conforme disposto na Medida Provisória 275/05, cujos valores foram atualizados pelo Projeto de Lei da Câmara (PLC) 77/11 que ajusta a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06), são:

- **Microempresa:** receita bruta anual igual passa de R\$ 240 mil para R\$ 360 mil;

- **Empresa de Pequeno Porte:** receita bruta anual sobe de R\$ 2,4 milhões para R\$ 3,6 milhões;

- **Microempreendedor Individual:** sobe de R\$ 36 mil para R\$ 60 mil.

As mudanças beneficiam diretamente 5,5 milhões de empresas no Brasil (Simples Nacional). O benefício também atinge cerca de 1,6 milhão de empreendedores individuais no País.

O Simples Nacional reúne seis impostos federais - IRPJ, IPI, PIS, Cofins, CSLL e INSS patronal, mais o ICMS recolhido pelos estados e o ISS recolhido pelos municípios.

Cada estado brasileiro possui uma variedade de conceitos critérios para classificar as MPEs, de acordo com a sua situação econômica e fiscal própria. Os municípios carecem de leis nesse sentido, sendo muito poucos aqueles que contemplam o segmento da MPE com legislações própria de fomento.

Além do critério adotado no Estatuto da Micro e Pequena Empresa, o SEBRAE utiliza ainda o conceito de número de funcionários nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença da micro e pequena empresa na economia brasileira, conforme os seguintes números:

- **Microempresa:**

- I) na indústria e construção: até 19 funcionários

- II) no comércio e serviços, até 09 funcionários.

- **Pequena empresa:**

- I) na indústria e construção: de 20 a 99 funcionários

- II) no comércio e serviços, de 10 a 49 funcionários.

Nos levantamentos que têm como fonte de dados o IBGE, as estatísticas sobre micro e pequenas empresas divulgadas pelo SEBRAE utilizam o critério acima. Nos levantamentos dos censos e pesquisas socioeconômicas anuais e mensais o IBGE classifica as firmas segundo as faixas de pessoal ocupado total.

O conceito de "pessoas ocupadas" em uma empresa abrange não somente os empregados, mas também os proprietários. Essa é uma forma de se dispor de informações sobre o expressivo número de micro unidades empresariais que não empregam trabalhadores, mas funcionam como importante fator de geração de renda para seus proprietários. (SEBRAE, 2013).

Peter Drucker (1975, p. 716-719), defende que o tamanho de uma empresa é algo mais complexo de se classificar. Ele afirma que "uma empresa que emprega mais de mil pessoas requer políticas e procedimentos que não são normalmente consideradas como pertinentes a uma empresa pequena. Há, contudo, empresas muito modestas no total de empregados, mas que são bem claramente

médias, se não grandes empresas. E há empresas que são bastante pequenas nos seus requisitos administrativos básicos e têm, contudo, muito mais de mil empregados”.

Drucker (1975, p. 719) ainda complementa que o volume das vendas também é uma medida ilusória para detectar o tamanho de uma empresa e que:

[...] há um único critério que, com alguma segurança, indica se uma empresa é pequena, média ou grande. Em uma empresa genuinamente pequena, o principal dirigente sabe quem são as poucas pessoas na organização sobre as quais pesa a responsabilidade de resultados decisivos, sem ter que consultar os registros ou qualquer de seus associados.

Isto significa que em uma pequena empresa é possível detectar as atribuições, os antecedentes, o desempenho de suas atividades e as futuras tarefas do agente responsável e fundamental na empresa.

Essa possibilidade de identificação nos remete a um grupo pequeno. Em empresas de médio porte, para obter tais informações é necessário entrar em contato com outros colaboradores e em uma empresa de grande porte, para se ter conhecimento de quem são os elementos-chave na organização é necessário consultar registros e organogramas.

As MPEs surgem por diversos motivos. Altrão (2001, p. 22) salienta essa informação e cita alguns motivos que fazem um empregado querer virar empregador:

[...] existem diferentes motivos que levam as pessoas a quererem ter seu próprio negócio, tais como: insatisfação profissional, difícil relacionamento com os patrões, insatisfação financeira, liberdade de ação, expectativa de maiores ganhos como patrão.

O certo é que as micro e pequenas empresas surgem consideravelmente e deve ser melhor compreendida.

De acordo com Leite (2012, p. 313), o significativo papel exercido pelas micro, pequenas e médias empresas, na economia, pode ser sintetizado da seguinte forma:

- Pelo seu número, são o motor da economia real;
- Pela sua dimensão, são flexíveis e adaptáveis à mudança;
- Pela sua natureza, são a essência da iniciativa empresarial, a fonte do “empreendedorismo”;
- Pela sua diversidade, cobrem, praticamente, todos os setores da economia;
- Pela sua heterogeneidade de culturas, cada caso é um caso e não existem seguramente dois casos iguais;
- Pela sua capacidade de inovação, são mais ágeis nas respostas às necessidades do mercado.

As MPEs precisam, desde o momento de sua criação, pensar em como atingir o sucesso de seus negócios levando em consideração todos os tópicos descritos anteriormente para que entrem no mercado, capazes de competir com os mais diferentes tipos e portes de organizações. Portanto, a fase de criação da empresa é muito importante e pode definir seu estabelecimento ou não no mercado e diante da enorme concorrência existente.

As MPEs, como toda empresa, apresentam dificuldades diversas que as atingem desde a sua idealização até a sua implantação e perpassa, também, pela sobrevivência das mesmas no mercado. Mas isso está mudando, já que, estão se destacando de tal forma que os olhares da sociedade e dos governos possibilitam melhorias para esse grupo. A prova disso é que “há alguns anos, o governo federal vem dando apoio aos empreendimentos de micro e pequeno porte. Por meio da Lei 9.841, de 5 de outubro de 1999, instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, que dispõe sobre o tratamento jurídico diferenciado, favorecido e simplificado nos campos administrativos, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial”. (MAXIMIANO, 2006, p. 09).

O intuito de tais providências por parte do governo, além de facilitar a sobrevivência do empreendimento do micro e pequeno empreendedor, deve-se também pela minimização da informalidade destas empresas.

Em suma, observam-se os principais problemas enfrentados pelas MPEs, segundo Alirão (2001, p. 36-50), e pode-se listá-los como segue:

FINANCEIRO – Geralmente ocorre porque o capital das MPEs advém dos seus sócios e/ou proprietários que, por sua vez, já investiram esse capital em estrutura, equipamentos, pessoal, divulgação etc. e isso tem como consequência a falta de capital de giro para suprir as futuras necessidades da empresa. Dessa situação, pode-se enfatizar a relevância do papel do planejamento financeiro bem realizado, onde se separa uma porcentagem do capital total para torna-lo capital de giro.

Mas, a falta de recursos financeiros também deve ser encarada como mais uma maneira de o empreendedor estimular sua criatividade em prol da minimização de desperdícios, da busca por soluções e do fortalecimento da empresa no mercado através da aquisição de experiência.

MÃO DE OBRA QUALIFICADA – é um problema generalizado, de todas as empresas, mas principalmente para as MPEs, pois estas estão no início das suas

atividades. A mão de obra no Brasil é abundante, levando em consideração seu tamanho geográfico e sua população, porém é desproporcional aquelas que realmente são qualificadas. E isto excede o campo do empreendedorismo, está arraigada a problemas muito mais antigos e de outras alçadas. A educação ainda deixa muito a desejar no Brasil e isso reflete na produção de produtos e serviços. Por isso, cada empresário deve procurar uma maneira de treinar e qualificar seus funcionários para melhoria de sua empresa, o que trará melhoria à vida deles também, tornando-os cidadãos mais aptos, mais motivados e mais conscientes da necessidade de que eles desempenhem bem suas funções.

É pesado pensar que além do empreendedor ter que se preocupar com todos os problemas que uma MPE enfrenta o mesmo ainda tem que buscar meios de qualificar seu pessoal para o efetivo desempenho de suas atividades e dos negócios. Isto é um desvio de função (por ser um dever do governo), sem dúvida, porém, é necessário. Mas, com isso, o empreendedorismo apresenta mais uma vez um dos muitos benefícios prestados à população, o auxílio à capacitação do ser humano.

CONCORRÊNCIA – Não é mais possível o empreendedor auferir preço ao seu produto/serviço levando em consideração o que ele acha que é justo. A concorrência está cada dia mais acirrada e para o micro e pequeno empreendedor isso pode ser encarado sob duas ópticas: uma é encarar a concorrência como um grande problema e a outra é encará-la como uma grande oportunidade. Ganha no mercado atual aquele que se mostrar mais maleável e criativo para superar seus concorrentes.

ESPAÇO FÍSICO DISPONÍVEL – Esta dificuldade surge quando se chega a certo momento em que as MPEs têm que ampliar seu espaço para atender melhor seus clientes. Vale ressaltar que a ampliação do local disponível deve ser antecedida por planejamento.

EQUIPAMENTOS – Os equipamentos podem apresentar dois tipos básicos de problemas para a pequena empresa:

1º-) Sua aquisição dentro das necessidades tecnológicas da empresa para que possa ter qualidade e produtividade que são indispensáveis para o bom andamento e desenvolvimento de suas atividades. 2º-) O outro problema relacionado com os equipamentos é quanto à sua manutenção e conservação

O primeiro problema apresentado acima ocorre devido, muitas vezes, a pequena empresa não poder adquirir o equipamento apropriado devido sua limitação de crédito. Isso acontece principalmente em empresas que lidam com a tecnologia, empresas de informática. Ao passar do tempo os equipamentos ficam ultrapassados e a clientela exige ser atendida com equipamentos atuais e em boas condições e isso, sem sombra de dúvida, torna-se oneroso à empresa. O segundo problema é mais acentuado quando a MPE tem que contratar mão de obra (terceirização) para manter e conservar seus equipamentos.

A assistência técnica especializada é cara (porém, é o mais indicado) e as MPEs muitas vezes optam pelo treinamento do seu próprio pessoal para tentar minimizar os gastos e solucionar os problemas de seus equipamentos. Essa última alternativa acaba se tornando uma válvula de escape, uma solução que pode gerar benefícios com mão de obra especializada dentro da própria MPE.

1. PROPAGANDA E PUBLICIDADE – Quando se monta uma empresa é necessário que o público tome conhecimento dos novos produtos e/ou serviços oferecidos por ela, a empresa tem que chegar ao conhecimento do seu público alvo. Daí surge a necessidade da propaganda e da publicidade ser bem realizada pela empresa. No entanto, uma propaganda executada em grandes veículos de comunicação que, com certeza tornaria um produto/serviço muito bem divulgado em diversas localidades, tem um custo muito elevado. O problema, então, para as MPEs quanto à publicidade e propaganda do seu negócio é o de estabelecer formas criativas para chamar a atenção do seu público alvo e disseminar seu negócio de forma eficiente e com custo reduzido. Exemplos de formas publicitárias viáveis ao micro e pequeno empreendedor são: panfletos, faixas, cartazes etc.

2. FORNECEDORES – os fornecedores são um dos agentes que interagem com a empresa e a fazem movimentar-se, mas também são um dos fatores que causam problemas, pois têm grande influência sobre as atividades da empresa, devendo ser sempre um item de grande preocupação e grande controle uma vez que sabemos que a falta de determinado produto ou serviço dos fornecedores pode parar a empresa. Por isso, a micro e pequena empresa deve, previamente, organizar-se sempre para pesquisar e manter bom relacionamento com os fornecedores, atentando-se as opções de fornecimento, a periodicidade de entrega, a sazonalidade da matéria-prima, a disposição geográfica dos fornecedores, o preço e a qualidade do produto.

3. TECNOLOGIA – Atualmente a tecnologia deixou de ser assunto somente de grandes empresas. Em um nível cada vez mais elevado a tecnologia vem se estabelecendo e se tornando parte imprescindível nas MPEs. A tecnologia se torna um problema quando requer do empreendedor e dos seus colaboradores internos mais preparação e, também, pelos altos custos que a mesma exige para que possa continuar operante e servir de diferencial entre a concorrência.

4. CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE – É um problema quando há falta de mão de obra qualificada e/ou demais meios e equipamentos que possibilitem uma capacidade de produção satisfatória. A empresa poderia ter uma capacidade de produção pequena e ao mesmo tempo uma produtividade grande, e aí estaria dando um importante passo para crescer, pois mais importante que a capacidade de produção é a sua produtividade.

Porém, as MPEs não são apenas espinhos, caso contrário não haveria tanta necessidade de se conhecer e o anseio por implantação e desenvolvimento de micro e pequenos negócios por parte dos empreendedores. As MPEs são vitais tanto para a satisfação pessoal dos envolvidos nas rotinas do negócio, quanto para a sociedade em geral.

As pequenas empresas sabem tirar proveito de três pontos principais que as empresas grandes e bem sucedidas têm dificuldades. Segundo Chiavenato (2008, 37), esses três pontos fundamentais são:

1. Pequenos nichos de mercado que envolvem um pequeno volume de negócios.
2. Atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, isto é, produtos/serviços personalizados para cada cliente.
3. Surgimento de oportunidades passageiras de mercado que envolvem agilidade e prontidão para rápidas decisões e alterações em produtos/serviços.

Devido o seu tamanho, as MPEs não possuem processos de especialização vertical (hierarquia de autoridade) e horizontal (departamentalização) que as tornam lentas e onerosas. As pequenas empresas possuem mais flexibilidade e isso as tornam mais dinâmicas, fazendo com elas consigam atender, com mais agilidade, as necessidades que o seu público alvo apresenta.

Saber tirar proveito dessas vantagens é a grande descoberta das pequenas empresas. Trabalhar com menos para produzir mais; operar com ônus menores e com estruturas simples, ágeis e baratas; fazer da simplicidade um estilo

de trabalho e uma vantagem competitiva. Para tanto, torna-se necessário buscar o produto/serviço adequado para um cliente específico. (CHIAVENATO, 2008, p. 38).

No Brasil, a pequena empresa sempre estará em alta, pois somos um país ainda carente de muitas coisas, e ao mesmo tempo com recursos materiais e humanos em abundância, com territórios ainda pouco populosos e inexplorados, ao mesmo tempo em que temos uma população em constante crescimento. (ALTRÃO, 2001, p. 95). Sendo assim, haverá sempre oportunidades a serem enxergadas e exploradas em um determinado local por um empreendedor corajoso e que se motive a implantar pequenas empresas e contribua para os desenvolvimentos local e, conseqüentemente, o nacional.

3.1 Empresas familiares

Grande parte das micro e pequenas empresas abertas são constituídas por famílias, isto é, uma empresa cujos gerentes são marido e esposa, empresas que são passadas de pai para filho, empresas onde irmãos são sócios e assim por diante. O fato é: existem muitos exemplos familiares dentro do campo do empreendedorismo.

Altrão (2001, p. 68-69), faz a seguinte abordagem referente a um casal que gerencia um empreendimento juntos:

Um casal na verdade é formado por três pessoas distintas; o homem, como pessoa, como o “eu” que tem vida própria, ideias e pensamentos exclusivamente seus, com sua maneira de ser e agir; e essas ideias e pensamentos não podem entrar em conflito com a mulher, que também tem o seu “eu” com sua maneira de agir e pensar, que também são exclusivamente suas; e essas duas pessoas juntas constituem uma terceira pessoa, que é a pessoa do casal, que também tem suas ideias, pensamentos e modos de agir que são os resultados da harmonia entre as duas primeiras pessoas.

O que se pode notar é que mesmo quando um casal toma a frente de um negócio, ainda assim não deixam de existir as suas individualidades e haverá momentos em que poderá haver discordância entre ambas as partes e é aí que está a complexidade deste caso. Pode-se dizer que o lado ruim de se trabalhar com alguém que possui laços além do profissionais é que, geralmente, um mal entendido ou uma oposição de ideias pode culminar num desgaste do relacionamento pessoal e familiar.

No caso de um casal, se a união vier a acabar, acaba-se a pessoa do casal, contudo, os indivíduos permanecem. Isto quer dizer que ainda que uma MPE venha ser administrada por casais, filhos, irmãos, cunhados entre outros graus de parentesco, ainda assim, deve se sobressair o indivíduo e, conseqüentemente, sua bagagem de vida e suas visões.

Há também os exemplos deixados de pais para filhos e, muitas vezes, não só os exemplos paternos fazem com que os filhos se aventurem no campo do empreendedorismo, mas também o auxílio material.

Preocupados com este fenômeno, Dunn & Holtz-Eakin (apud LEITE, 2012, p. 318) analisaram a performance de jovens e seus pais, desde meados de 1960 até 1980. Como esperado, constataram que a riqueza dos pais tinha um efeito estatisticamente significativo, na probabilidade de que os filhos pudessem, um dia, tornar-se um empregado por conta própria. Estudaram também a forma como os jovens geriram os seus recursos, e os resultados desta gestão foram incrivelmente modestos.

Pode-se observar, então, que a família também pode ser um canal de aprendizagem ao que tange ao empreendedorismo. Viu-se anteriormente que os empreendedores são influenciados pelo seu meio, o ambiente em que vivem, e não seria diferente dentro do âmbito familiar. Os pais são os primeiros indivíduos mais próximos e detentores de admiração por parte de seus filhos, logo, são líderes e exemplos a serem seguidos. As experiências dos pais causam impactos também na vida dos filhos. O sucesso dos pais em um empreendimento familiar pode causar o sucesso profissional de seus filhos, isto é, o empreendedorismo pode ser ensinado e aprendido em casa, não somente em universidades ou demais centros educacionais.

3.2 Influências na economia

Micro e pequenas empresas são grandes auxiliadoras no processo de desenvolvimento da economia. As empresas de grande porte e com vasta experiência no mercado estão sendo derrotadas, vencidas na luta pela inovação, ultrapassadas no lançamento de novos produtos e na satisfação dos clientes, dentre outros itens que servem para avaliar a performance de uma empresa por seus clientes. (LEITE, 2012, p. 36). Essa afirmação conta a favor das MPEs, já que, as

mesmas conseguem se sobressair das empresas de grande porte em relação às questões abordadas pelo autor.

A geração de emprego analisada nos últimos anos aponta o mérito das micro e pequenas empresas e até as de médio porte também. Todos os anos surgem novas oportunidades de emprego através da atividade empreendedora, principalmente, em empresas que se destacam no ramo de alta tecnologia.

Segundo Leite (2012, p. 37), a economia do empreendedorismo está desempenhando relevante papel do desenvolvimento econômico pelo estímulo à inovação e à concorrência.

Os empreendedores são como ferramentas de criação e disseminação de riquezas, pois criam de modo inovador as riquezas e as distribuem através do desenho de mercado já existente, isto é, através de estruturas de mercado preestabelecidas e, conseqüentemente, aquecem a concorrência. Mas, ocorre também outro aspecto que merece ser salientado:

[...] a inovação cria nova demanda e os empreendedores são o veículo que a insere no mercado. Em outras palavras, esses agentes econômicos são proprietários de novos empreendimentos que introduzem inovações nos atuais mercados e dessa maneira corroem os mercados existentes, pois suas inovações aumentam a demanda e criam novas riquezas. (LEITE, 2012, p. 38).

Logo, as MPEs têm grande valor e influência na economia dos lugares em que estão inseridas. Possuem importância, pois suas atividades apresentam claramente sua capacidade de inovar e de reestruturar o mercado, de gerar lucro e colaborar com a atualização e a melhoria de serviços e produtos a partir do momento que estimulam a concorrência.

Assim, o empreendedorismo, quando bem estruturado e desenvolvido, pode alavancar e gerar grandes perspectivas quanto à economia de uma região.

Segundo Maximiano (2006, p. 02), os empreendedores, sejam eles acionistas de grandes corporações, sejam proprietários de pequenos negócios, pagam impostos, salários, juros, aluguéis e suprimentos, gerando e distribuindo riqueza e aumentando o **padrão de vida** e a **qualidade de vida**. Para o autor:

- O padrão de vida refere-se à quantidade de bens e serviços que as pessoas podem comprar com o dinheiro de que dispõem.
- Qualidade de vida é o bem-estar geral da sociedade, medido em termos de liberdade política, educação, saúde, segurança ou ausência de violência, limpeza e proteção do ambiente, lazer e outros fatores que contribuem para o conforto e a satisfação das pessoas. (MAXIMIANO, 2006, p. 02).

Segundo Leite (2012, p. 25), invariavelmente, as micro e pequenas empresas costumam responder pela maior fatia na geração de empregos e por substancial parte do PIB nos mercados mais desenvolvidos. Essa afirmação se diferencia da opinião de antigamente sobre o empreendedorismo que não via o empreendedor como um canal de mudanças, de inovação e melhorias para um local, mas sim, os viam como um simples rendatário sem tanta relevância.

Porém, o empreendedorismo se faz notório nos dias atuais e vem mostrando o seu valor e a sua capacidade de gerar riquezas para um determinado setor ou região. Com isso,

[...] quanto mais riqueza as empresas criam, mais aumentam o padrão e a qualidade de vida. Não surpreende que as sociedades com padrão e qualidade de vida mais altos do mundo sejam aquelas em que o empreendedorismo é mais ativo. (MAXIMIANO, 2006, p. 02).

Os empreendedores causam grandes mudanças em seu meio e principalmente na economia local, isso porque suas ações que vão desde a implantação de uma empresa até os resultados produzidos pela mesma, movem toda a sociedade e essas ações geram perspectivas e mobilização generalizada, em toda a organização e seus colaboradores, diretos e indiretos. Segundo Leite (2012, p. 29), essas mudanças podem ser assim classificadas:

Em primeiro lugar, a introdução de um novo bem, isto é, um produto ou uma nova característica aos consumidores. Em segundo lugar, a implantação de um novo método de produção, que ainda não tenha a sua eficiência comprovada pela experiência dentro de determinado ramo produtivo e que não derive, necessariamente, de qualquer descoberta científica, mas que possa, simplesmente, consistir num novo método de tratar comercialmente uma mercadoria.

Em terceiro lugar, a abertura de um mercado “novo” para determinada indústria, no sentido de que os produtos dessa indústria nunca tenham tido acesso a ele, independentemente do fato de este mercado ter ou não existido anteriormente. Em quarto lugar, a conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de produtos semiacabados, independentemente do fato de esta fonte existir anteriormente. Finalmente, o estabelecimento de nova organização de determinada indústria, como a rotura de uma posição de monopólio.

Na teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter, observar-se que ele dedica especial atenção aos efeitos dos produtos e processos inovativos no desenvolvimento econômico. O estudioso faz uma distinção muito clara entre

invenção e inovação. Para entender o impacto econômico da tecnologia, ele distingue o processo de inovação como um fator exógeno do caráter endógeno da inovação. (LEITE, 2012, p. 30). Assim, mais uma vez a inovação é relacionada ao desenvolvimento econômico.

O empreendedorismo, se bem realizado, tem como consequência o desenvolvimento da economia de um local em diferentes âmbitos, mas isso só se torna possível, porque o objetivo do empreendedor ao implantar e desenvolver um empreendimento é a aquisição de lucro através do fornecimento de seus produtos e/ou serviços. Isto significa que o empreendedorismo oferece muitos benefícios, mas a sua essência não é filantrópica e, sim, produtora de riqueza. Schumpeter (apud LEITE, 2012, p. 31) expressa bem essa ideia na citação abaixo:

A finalidade da atividade empreendedora é a satisfação dos desejos e necessidade dos indivíduos, materializados pela obtenção do lucro. O lucro é o combustível da ação empreendedora, é o que impulsiona o empreendedor a avançar cada vez mais na luta pela sobrevivência e pelo crescimento do empreendimento.

Diante do exposto, compreende-se que o empreendedorismo desenvolvido pelas micro e pequenas empresas é um poderoso fator de desenvolvimento. Ele age através de melhorias na economia local e perpassa para os fatores mais subjetivos em relação à sociedade, como melhores maneiras e oportunidades para a população se desenvolver e obter qualidade de vida significativa.

Desse modo, os benefícios gerados pelas micro e pequenas empresas inseridas em determinado local, não são só econômicos, mas também sociais e individuais, pois aqueles que se predispõe a encarar uma nova concepção de negócio e dissemina seus ideais para sua comunidade e, principalmente, para seus colaboradores internos, cria perspectivas de indivíduos mais conscientes do seu papel no mercado, capacitados e potenciais agentes de mudança, pois o empreendedor não é só influenciado pelo meio em que vive, mas também é influenciador de grandes mudanças e inovação.

4 METODOLOGIA

Diante da variedade de conceitos e ideias levantadas a respeito do delineamento da pesquisa por parte dos diversos autores, torna-se necessário esclarecer qual linha de pensamento será adotada na descrição da metodologia utilizada nessa pesquisa. Sendo assim, o processo metodológico seguirá a linha de pensamento e os conceitos de Antonio Carlos Gil (2011), conforme será apresentado a seguir.

4.1 Tipo de pesquisa

Foram executados três tipos de pesquisa. A primeira foi a pesquisa bibliográfica que consistiu na averiguação realizada em livros e artigos científicos; em seguida foi realizada uma pesquisa documental que, segundo Gil (2011, p. 51), assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica e a diferença é que a pesquisa documental é feita em materiais que não receberam ainda tratamento analítico, ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Foram utilizados documentos oficiais (Plano Plurianual do Município de São José de Ribamar – MA) e tabelas estatísticas, como as observadas no site do IBGE. Ambas as pesquisas tiveram o intuito de aprofundar o conhecimento teórico em empreendedorismo, micro e pequenas empresas e da cidade de São José de Ribamar – MA.

O terceira foi uma pesquisa exploratória que de acordo com Gil (2011), consiste na busca de informações sobre um assunto, no caso, o empreendedorismo, a fim de obter nova percepção, novas ideias através de descrições situacionais para descobrir as relações existentes entre os seus componentes, como por exemplo, a relação das MPEs no desenvolvimento, principalmente econômico, de uma localidade.

4.2 Visão Teórica

Consideram-se como fontes principais de pesquisa teórica, os livros: O Fenômeno do Empreendedorismo do autor Emanuel Leite, Oficina do Empreendedor de Fernando Dolabela e Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios de

José Dornelas. A seleção foi feita, pois dentre os autores mais atuais e de rico arcabouço teórico, os três autores citados aqui são os que mais se destacaram.

4.3 Objeto da pesquisa

Este trabalho considerou como objeto o empreendedorismo no município de São José de Ribamar, no estado do Maranhão. Objetivando-se alcançar uma maior clareza sobre o assunto, foram levantadas informações sobre o empreendedorismo no centro da cidade de São José de Ribamar e em órgãos municipais, como as secretarias, que forneceram dados relevantes quanto a ótica da criação de micro e pequenas empresas na cidade e como essas Micro e Pequenas Empresas (MPEs) podem auxiliar o processo de desenvolvimento local do município.

4.4 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa foi um questionário com 11 (onze) perguntas objetivas, dirigido aos micro e pequenos empreendedores cujo objetivo era identificar as suas próprias percepções quanto ao processo de implantação e desenvolvimento de um empreendimento na cidade de São José de Ribamar – MA. Os questionários foram aplicados entre os dias 14 e 26 de junho do ano de 2013, conforme disponibilidade dos empreendedores.

Também foram realizadas entrevistas informais – visam oferecer visão aproximativa do problema pesquisado e a obtenção de uma visão geral do problema pesquisado (GIL, 2011, p. 111) – com os próprios empreendedores que aceitaram responder aos questionamentos oferecidos e com o Coordenador do polo SEBRAE em São José de Ribamar – MA, Ismael Machado. Os entrevistados expuseram suas vivências e suas opiniões quanto ao tema abordado e muitas informações puderam ser colhidas através desse tipo de entrevista.

4.5 Metodologia de análise de dados

Adotou-se neste trabalho a realização de um estudo de campo para a obtenção de dados para uma pesquisa qualitativa.

Após a realização das etapas de formulação do problema, elaboração do

projeto de pesquisa (denominado pela UFMA como TCC-projeto), a identificação das fontes adequadas a oferecer as respostas pertinentes ao problema proposto, a leitura do material (referencial teórico), a construção lógica do trabalho que “consiste na organização das ideias tendo em vista atender os objetivos ou testar as hipóteses de trabalho para que ele possa ser entendido como uma unidade dotada de sentido” (GIL, 2011, p. 77), e a redação do texto, isto é, o discorrimento do referencial teórico, das informações levantadas.

Foram analisados os questionários respondidos por 10 (dez) empreendedores da cidade de São José de Ribamar - MA, selecionados aleatoriamente bastando estarem enquadrados no grupo de micro e pequenos empreendedores e que os seus empreendimentos estivessem localizados no centro do município, ou seja, na Avenida Clodomir Cardoso e suas proximidades no município em questão.

5 EMPREENDEDORISMO EM SÃO JOSÉ DE RIBAMAR – MA

Antes de discorrer sobre o empreendedorismo e desenvolvimento no município de São José de Ribamar, no estado do Maranhão, far-se-á necessário conhecer as principais informações sobre o município.

Em sua síntese histórica, apresenta-se que em 2 de julho de 1757, o então governador Gonçalo Pereira Lobato e Souza, elevou a aldeia então existente à categoria de “lugar” e deu liberdade aos índios que habitavam nela, a saber, os índios Gamela. Em 1627, o governador Francisco Coelho de Carvalho adjudicou aos índios e a mais 100 casais que pretendiam se deslocar para o lugar, terras suficientes para subsistência destes.

Em 1913, através da Lei nº 636 de 11 de março do ano citado, o “lugar” foi elevado à categoria de Vila e criou-se o município de Ribamar. Após ser extinto duas vezes como município e ser considerado território integrante de São Luís, como Distrito, “finalmente a Lei nº 758, de 24 de dezembro de 1952 devolve a Ribamar a condição de município e a Lei nº 2890 de 16 de setembro de 1969, retifica a sua denominação para São José de Ribamar” - PPA 2010-2013 (PPA, 2009).

Segundo o censo mais recente realizado no ano de 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município conta com uma população de 163.045 habitantes. Seu território é de 388,371 km² e densidade demográfica de 419,82 hab/km².

De acordo com a dimensão econômica do município de São José de Ribamar – MA, o Produto Interno Bruto (PIB), assim como a nível nacional, também é utilizado para mensurar a economia municipal. O PIB da cidade é de 421,84mi, com renda *per capita* de R\$ 3.105,91 mil. (IBGE, 2013).

As potencialidades e atividades econômicas mais relevantes do município ribamarense são:

a pesca, grande potencial econômico local, com grande produtividade, média de 46 toneladas de pescado, exportada principalmente para a capital do Estado; e o turismo, que constitui expressiva fonte de renda para a economia municipal, em virtude de São José de Ribamar ser uma cidade litorânea com extensas praias, forte tradição religiosa e cultural, porém ainda limitado pela falta de infra-estrutura e de equipamentos, serviços, mão-de-obra especializada no atendimento ao turista. (PPA 2010 - 2013, 2009).

Há também outras atividades econômicas muito importantes que contribuem para o crescimento econômico da cidade ribamarense, segundo apresentação do Plano Plurianual 2010-2013 de São José de Ribamar, que são o comércio, essencialmente varejista de gêneros alimentícios e de medicamentos, porém tendo um fator inibidor de expansão a proximidade com a capital, em virtude de muitos produtos serem adquiridos em São Luís, principalmente no que se refere à aquisição de bens duráveis e vestuários, devido a fatores como melhores facilidades de pagamento, maior variedade, oferta e qualidade dos produtos; o artesanato, potencial econômico e representativo do município, com a produção de chapéus, bijuterias, bolsas, etc. confeccionados em palha, tecido, ponto cruz, fio cru, madeira, jornal, argila, massa de biscuit, crochê, sementes, azulejos, garrafas e vidros, etc.

Pode-se verificar que o município de São José de Ribamar desenvolve atividades em áreas diversas que contribuem com o crescimento e desenvolvimento da economia local gerando também benefícios à população da cidade. Para isso, é preciso compreender como o empreendedorismo pode auxiliar o desenvolvimento municipal, principalmente o econômico, e garantir melhorias aos cidadãos ribamarenses, pois, acredita-se que o desenvolvimento seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade.

As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento necessitam de empreendedores que as aproveitem e que, através da sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo, em valores culturais, na forma de ver o mundo. (DOLABELA, 1999, p. 30). Logo, o município de São José de Ribamar tem capacidade para se desenvolver devido sua capacidade plural de empreender em atividades diversificadas aumentando, assim, o leque de possibilidades para o empreendedorismo por oportunidade crescer em todas as localidades ribamarenses.

Ressalta-se o seguinte ponto de vista referente ao termo desenvolvimento:

Desenvolvimento para nós é a maximização de oportunidades para a realização de nossas utopias pessoais, de transformar nossas vidas naquilo que almejamos, de sermos capazes de elaborar planos os mais para nossas vidas futuras com possibilidade efetiva de realização. O aumento de renda e riqueza atual, especialmente em se tratando de país pobre, é condição importante para essa realização. Mas não é tudo! A teoria do desenvolvimento econômico promete um mundo de realização desde que sejamos capazes de perseverar na manutenção das liberdades

democráticas e no zelo pelas chamadas “oportunidades de liberdade”. Com isso, políticas econômicas esclarecidas, em países com liberdade econômica, conduzirão ao crescimento econômico e, com ele, às oportunidades de desenvolvimento. (FEIJÓ, 2007, p. 35).

Com isso, surge a seguinte questão: qual a diferença e como se complementam os termos “crescimento” e “desenvolvimento” econômico?

A ideia é de que o crescimento econômico, distribuindo diretamente a renda entre os proprietários dos fatores de produção, engendra automaticamente a melhoria dos padrões de vida e o desenvolvimento econômico. Contudo, a experiência tem demonstrado que desenvolvimento econômico não pode ser confundido com crescimento, porque os frutos dessa expansão nem sempre beneficiam a economia como um todo e o conjunto da população. (SOUZA, 2007, p. 05). Isto é, pode acontecer que esteja havendo acumulação de riquezas, portanto, crescimento econômico, mas esta riqueza pode não estar sendo distribuída igualitariamente entre a população, não representando assim, um desenvolvimento, um progresso para a mesma. Como pode também ter um crescimento na economia de um país, porém, o desemprego pode não estar diminuindo devido a robotização e a informatização do processo de produção das empresas.

Em relação ao desenvolvimento local, percebe-se que, ao utilizar esse termo, refere-se a assuntos que podem ser de âmbito municipal, submunicipal e intermunicipal, ou seja, que são vinculadas ao território específico e às possibilidades ali presentes. O objetivo é oferecer condições para uma vida mais digna, solidária e sustentável, via ações que geram melhorias tangíveis nas condições cotidianas (econômicas, sociais, políticas e cívicas). (CEAPG, 2010).

Nessa mesma linha de pensamento, Dolabela (1999, p. 31) acrescenta que o nível local é entendido como o meio ambiente imediato das PME. Ali elas nascem e se formam, encontram recursos humanos e materiais dos quais depende o seu dinamismo e estabelecem sua rede básica de relações. É a comunidade local, com todos os seus atores sejam eles públicos, privados e do terceiro setor, que irá fornecer os recursos de toda ordem e importância, também os valores empreendedores que criarão condições favoráveis ao surgimento de ideias e projetos. Entre eles, a dimensão humana da comunidade local surge como um dos elementos mais essenciais.

Assim, o desenvolvimento que se almeja para o município de São José de Ribamar é aquele em que:

O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologias, gestão etc. (DOLABELA, 1999, p. 45).

O empreendedorismo é um excelente meio que pode contribuir significativamente para o alcance do desenvolvimento de um local, porém, somente a criação de empresas não leva ao desenvolvimento econômico. Por isso, a proposta para o município de São José de Ribamar – MA é criar ou melhorar empresas inovadoras que foquem oportunidades no mercado para, conseqüentemente, auxiliarem a cidade a atingir satisfatórios resultados como empregos e renda, crescimento econômico, competitividade, inovações, qualidade de vida e muito mais.

5.1 Balcão SEBRAE em São José de Ribamar - MA

Em meio a pesquisas via internet para levantar informações em relação à atuação do governo ribamarense em prol dos micro e pequenos empreendedores no próprio *site* da prefeitura da cidade de São José de Ribamar (www.saojosederibamar.ma.gov.br), veio a conhecimento que na Agência Municipal do Trabalho, criada para dar apoio ao cidadão ribamarense na área de trabalho e cidadania, além de serem expedidas Carteiras de Identidade (RG) e de Trabalho, CPF, Atestados de Antecedentes Criminais, Cadastro no Sistema Nacional de Emprego (SINE), entrada no processo de Seguro Desemprego, emissão de Certificado de Reservista e oferecer acesso gratuito a internet (Inclusão Digital), esta agência oferece o serviço intitulado de Balcão SEBRAE – consultoria para abertura de negócios.

Em entrevista informal com o Coordenador do polo SEBRAE – Ribamar, Ismael Machado, foi informado que este serviço é uma parceria entre a Prefeitura Municipal e o SEBRAE cuja finalidade é a de tirar os empreendedores individuais da informalidade e lhes garantir melhorias e facilidades na execução de seus negócios.

Informou-se que existem 2700 empreendedores atendidos por esse serviço, portanto, 2700 MPEs em São José de Ribamar que usufruem de facilidades e benefícios como:

- Expedição do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), onde o micro e pequeno empreendedor tem maior facilidade na abertura de conta bancária e a possibilidade de emitir notas fiscais. Além disso, com o CNPJ o negócio pode ser enquadrado no Simples Nacional e ficar isento de pagar impostos federais, como imposto de renda, PIS (Programa de Integração Social), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e outros;
- Aposentadoria por idade ou invalidez cujo tempo mínimo de contribuição para um empreendedor individual se aposentar é de 15 anos;
- Salário-maternidade garantido a todas as mulheres, empreendedora, após dez meses de contribuição ao INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) independente da quantidade de filhos;
- Cobertura da Previdência em caso de doenças e acidentes de trabalho logo após 12 meses de contribuição ao INSS;
- Cursos de Capacitação as MPEs, oferecidos de acordo com a demanda, com parceria entre o SEBRAE, a Prefeitura Municipal, SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) entre outras instituições de educação profissional. (SEBRAE, 2013).

Além disso, segundo o Coordenador Ismael Machado, o empreendedor que optar por formalizar sua empresa, o SEBRAE em parceria com a Prefeitura Municipal de São José de Ribamar oferece o curso Pronatec Empreendedor que tem como objetivo inserir conteúdos de empreendedorismo em diferentes cursos da educação profissional do país.

O Pronatec Empreendedor traz a perspectiva do autoemprego, além do desenvolvimento de competências empreendedoras que são fundamentais para a trabalhabilidade, conceito indicado nos Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico (RCNEPT) como componente da dimensão produtiva da vida social.

No Pronatec é preciso pensar o projeto de futuro pessoal e profissional de forma empreendedora. A qualificação é peça chave nesse processo. Porém, é preciso estabelecer metas, definir estratégias e meios para alcançá-las (PRONATEC EMPREENDEDOR, 2013).

Tudo isso mais consultorias oferecidas pelo SEBRAE são informados aos micro e pequenos empreendedores que procuram o Balcão SEBRAE na Agência Municipal do Trabalho em São José de Ribamar - MA, formalizam-se e contribuem com a quantia de 5% do salário mínimo que significa, atualmente, R\$ 33,90 (trinta e três reais e noventa centavos) mensais.

5.2 Análise da visão dos empreendedores

Com o intuito de analisar a percepção dos próprios empreendedores ribamarenses quanto a criação e manutenção de seus negócios, aplicou-se questionários com dez empreendedores: Francidete Nascimento Lima, Maria Elzivan Diniz Santos Alves, Maria José Farias, Fábio de Oliveira Coelho, Elza Sampaio Freitas, Cristina Viegas, Iranilde Ferreira de Lima, Juarez Rabêlo Silva, Jaqueline e

Maria da Conceição; proprietários das seguintes MPEs, respectivamente:

Quadro 2 – Empreendimentos visitados

EMPRESA	RAMO
Pharmacia Lima Robson	Venda de produtos farmacêuticos
Alves Variedades	Material de construção em geral
Supermercado Farias	Comércio de gêneros alimentícios, produtos de limpeza etc.
A F Construções e Serviços Ltda.	Serviços em Construção Civil
Casa Freitas	Armarinho
Sacolão São José	Comércio Hortifrúti
Cheirinho de Bebê	Papelaria em geral
Comercial Victor	Comércio de gêneros alimentícios em geral
Shopping da Beleza	Cosméticos em geral
Panificadora Oliveira	Panificação

Fonte: Oliveira (2013).

Propositamente, os questionários foram aplicados em micro e pequenas empresas com atividades de mercado variadas. A finalidade é de levantar a percepção dos empreendedores em geral e não dos empreendedores de um ramo de atividade específica.

As MPEs acima relacionadas apresentam as seguintes informações gerais:

Quadro 3 – Informações gerais das MPEs visitadas

MPE	Nº DE FUNCIONÁRIOS	TEMPO DE MERCADO
Pharmacia Lima Robson	06	25 anos
Alves Variedades	06	17 anos
Supermercado Farias	07	7 anos
A F Construções e Serviços Ltda.	03	1 ano
Casa Freitas	02	12 anos
Sacolão São José	02	16 anos
Cheirinho de Bebê	02	10 anos
Comercial Victor	05	3 anos
Shopping da Beleza	02	Uma semana
Panificadora Oliveira	01	3 anos

Fonte: Oliveira (2013).

Antes de iniciar a apresentação das respostas fornecidas pelos empreendedores ribamarenses ao responderem o questionário é importante destacar que mais da metade das MPEs visitadas são empreendimentos familiares. São eles: Pharmacia Lima Robson, Alves Variedades, A F Construções e Serviços Ltda., Casa Freitas, Panificadora Oliveira e Supermercado Farias, esta última, por sinal, do número total de funcionários, 7 (sete), 4 (quatro) são da família. Isto afirma na prática o que já foi tratado teoricamente nesta pesquisa no subcapítulo 3.1, Empresas Familiares.

Após a coleta das informações gerais sobre os empreendimentos apresentados anteriormente, é necessário a análise das respostas dadas pelos micro e pequenos empreendedores para que se possa compreender a realidade vivenciada pelos mesmos no município de São José de Ribamar – MA.

A primeira questão levantada no questionário teve como objetivo conhecer o motivo pelo qual levaram os micro e pequenos empreendedores a montarem um negócio. Levaram-se em conta os conceitos formulados pelo autor Dornelas (2008) que define que existem dois tipos de empreendedorismo:

- EMPREENDEDORISMO DE OPORTUNIDADE – é o empreendedorismo em que o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte relação entre os dois fatores.
- EMPREENDEDORISMO DE NECESSIDADE – o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Nesse caso, os negócios costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequada e muitos fracassam bastante rápido, não gerando desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios.

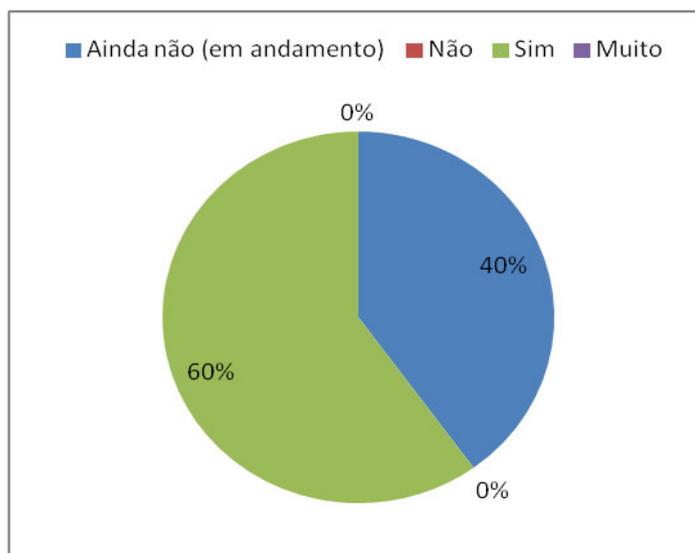
Graficamente, as respostas fornecidas são da seguinte forma representadas:

Gráfico 1 – Motivo de se tornar Empreendedor

Fonte: Oliveira (2013).

No gráfico 01, nota-se que a maioria dos empreendedores questionados, 50% do total, tornaram-se empreendedores por oportunidade ao identificarem nichos de mercado carentes e que precisavam ter suas necessidades supridas. 30% dos micro e pequenos empreendedores seguiram exemplos familiares e montaram seu próprio negócio ou deram continuação a empresas de seus parentes. 10% dos empreendedores acharam no empreendedorismo uma maneira de sobreviver em meios às dificuldades, isto é, se tornaram empreendedores por necessidade e os outros 10% responderam que decidiram se empreendedores por outro motivo, a saber, porque não quiseram trabalhar para terceiros.

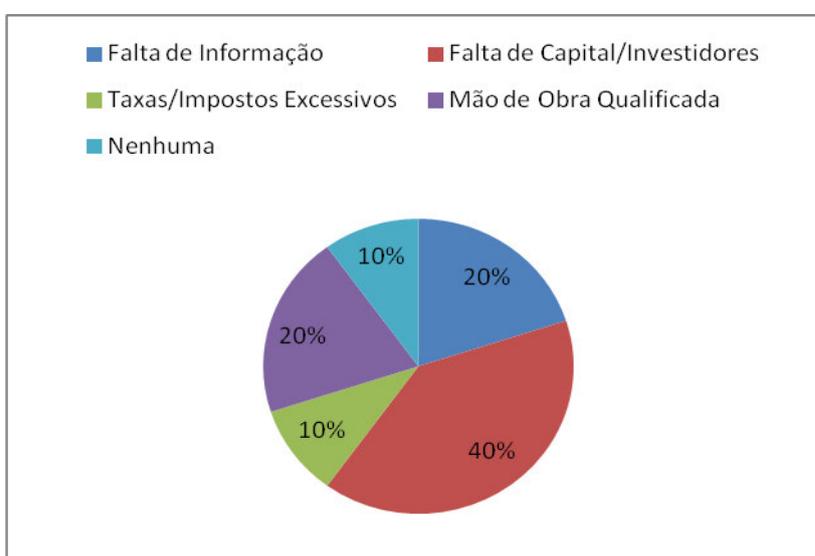
Sabe-se que existem grandes dificuldades em conseguir implantar um negócio e permanecer no mercado com produtos e/ou serviços que chamem a atenção do público alvo. Desse modo, perguntou-se aos empreendedores se a concretização de seus empreendimentos superou as suas expectativas.

Gráfico 2 – O empreendimento superou as expectativas?

Fonte: Oliveira (2013).

O gráfico 02 apresenta que 40% responderam que seu negócio ainda está se desenvolvendo, portanto ainda não superaram, e 60% afirmaram que sim, seus empreendimentos superaram seus anseios. Não foi levantada nenhuma resposta que demonstre insatisfação ou satisfação superlativa a implantação de empreendimentos no município de São José de Ribamar – MA.

A terceira questão dirigida aos micro e pequenos empreendedores teve por objetivo conhecer qual a maior dificuldade que os mesmos enfrentaram quanto a implantação de seus negócios. As respostas foram as seguintes:

Gráfico 3 – Dificuldade para implantar um empreendimento

Fonte: Oliveira (2013).

Vale ressaltar que essa pergunta foi a única em que, dentre todos os empreendedores, um apenas informou que não teve nenhuma dificuldade ao implantar o seu negócio (10% do total), saindo até das alternativas apresentadas no questionário. O gráfico 03 revela que 10% respondeu que a dificuldade consiste nas taxas e impostos excessivos, 20% acredita que seja a falta de informação para os empreendedores, a mesma porcentagem afirma que é a falta de mão de obra qualificada e a maioria, 40% dos empreendedores questionados, afirmam que a maior dificuldade quanto a implantação de um negócio é a falta de capital ou de investidores.

Outra questão que é importante no meio do contexto do empreendedorismo é em relação aos órgãos de auxílio ao micro e pequeno empreendedor. Ao indagar se os empreendedores procuraram alguma instituição que os (as) auxiliassem a criar, implantar e desenvolver seus empreendimentos, a exemplo o SEBRAE, levantou-se o seguinte:

Gráfico 4 – Procura por órgão de auxílio ao micro e pequeno empreendedor



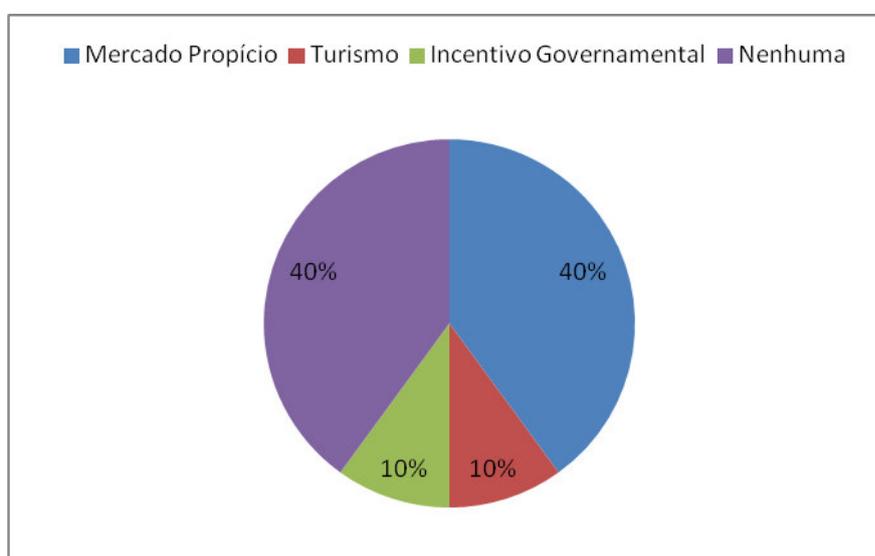
Fonte: Oliveira (2013).

O gráfico 04 apresenta que 20% procuraram uma instituição de auxílio (SEBRAE), 10% procuraram, mas achou muito complexo o que lhe foi apresentado e 70% dos empreendedores não procuraram nenhum órgão que os pudesse auxiliar. Em contraste com essa última porcentagem, apesar de 70% dos empreendedores

não terem procurado nenhuma instituição, nenhum deles disse que não tinham conhecimento da existência dessas instituições. O que se pode observar é que os empreendedores preferiam pedir informações a pessoas que já trabalhavam no ramo que procurar o SEBRAE, por exemplo, foi o caso da empreendedora Maria José Farias, dona do Supermercado Farias, que pediu instruções a sua irmã que também é empreendedora.

O gráfico 05 apresenta a opinião dos empreendedores referente ao que eles consideram que a cidade de São José de Ribamar – MA apresenta ou oferece como a maior atratividade para os seus ramos de atividade.

Gráfico 5 – Atratividade Municipal em Relação ao Empreendedorismo



Fonte: Oliveira (2013).

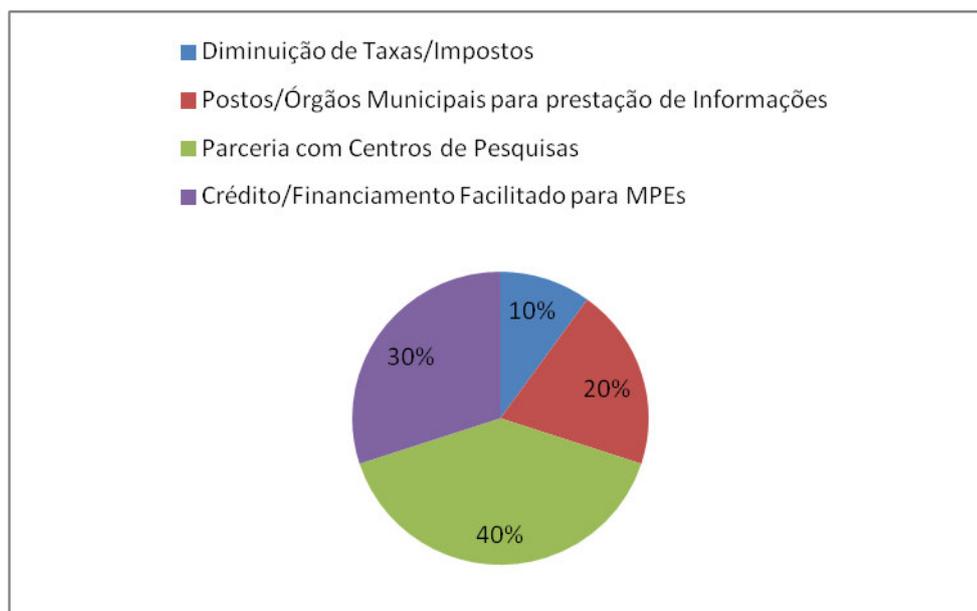
O questionário revelou que 10% dos micro e pequenos empreendedores veem como atratividade municipal o turismo, também 10% afirma que o incentivo governamental é um ponto positivo a se considerar no seu ramo de atividade. 40% dos empreendedores consideram que o município de São José de Ribamar – MA tem mercado propício como atratividade para o desenvolvimento de suas atividades, porém, outros 40% relatam que o município não tem nenhum atrativo.

O que os empreendedores quiseram expressar é que em São José de Ribamar- MA há necessidades para serem supridas, nichos de mercado a serem explorados, porém, faltam melhores condições a serem oferecidas pelo município para atrair mais pessoas para consumirem seus produtos e serviços, pois se a

cidade não oferecesse nenhuma atratividade seria incoerente a implantação de empresas na mesma.

Diante disso, perguntou-se também em que aspecto o município de São José de Ribamar – MA poderia estimular o empreendedorismo. As respostas estão representadas da seguinte forma:

Gráfico 6 – Estímulo Municipal ao Empreendedorismo



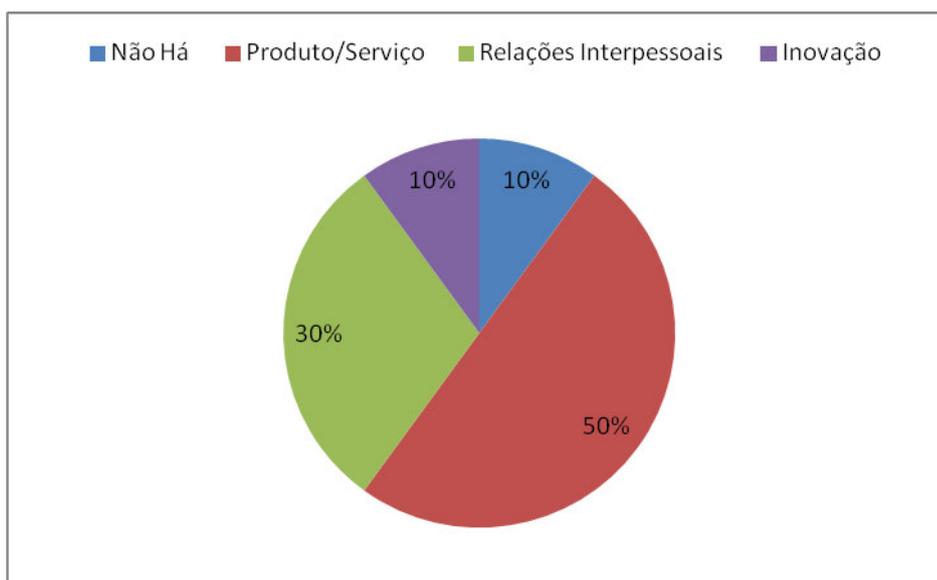
Fonte: Oliveira (2013).

Observa-se que no gráfico 06 10% dos empreendedores acreditam que o município poderia diminuir as taxas e impostos cobrados. 20% consideram que poderia haver criação de mais postos/órgãos municipais para a prestação de informações ao micro e pequenos empreendedores. É certo que existe o “Balcão SEBRAE” na Agência Municipal do Trabalho, porém, talvez muitos empreendedores não tenham conhecimento disso. 40% sente a necessidade de serem mais bem atendidos ao que tange a educação e formação de empreendedores, na criação ou parcerias de centros de pesquisas com essa finalidade.

Essa resposta demonstra uma surpresa devido à maioria dos empreendedores almejam ensino que facilidade na concessão de crédito e/ou financiamento para as MPEs (30% optaram por essa resposta), já que, no gráfico 3 a maioria dos empreendedores (40%) apontaram a falta de capital ou investidores como a maior dificuldade para se implantar uma MPE.

Viu-se nos capítulos anteriores deste trabalho que empreendedorismo é termo inerente ao termo inovação. Logo, foi perguntado aos empreendedores ribamarenses qual seria o principal diferencial dos seus empreendimentos. Observe o gráfico 07:

Gráfico 7 – Diferencial do Empreendimento

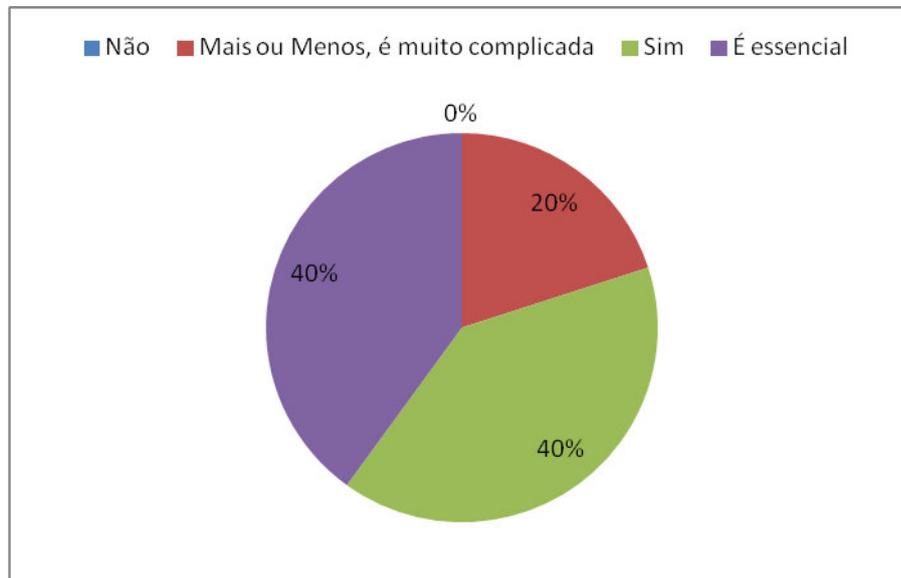


Fonte: Oliveira (2013).

Observou-se que 10% respondeu que não há diferencial em seu empreendimento, 50% apontou o produto/serviço como o maior diferencial, 30% considerou que as relações interpessoais fazem a diferença no seu empreendimento e 10% apontou a inovação como peculiaridade do seu negócio. No entanto, em meio à aplicação dos questionários, notou-se que alguns empreendedores têm uma ideia errônea do que seja inovação.

Consideram, por exemplo, que porque colocaram uma marca na prateleira diferente da que eles vendiam isso era inovação. Isso demonstra o quanto é necessário que os micro e pequenos empreendedores busquem e tenham acesso a educação e a informações que permeiem o campo do empreendedorismo para que, de fato, vem exercer realmente a inovação que tanto querem para os seus negócios.

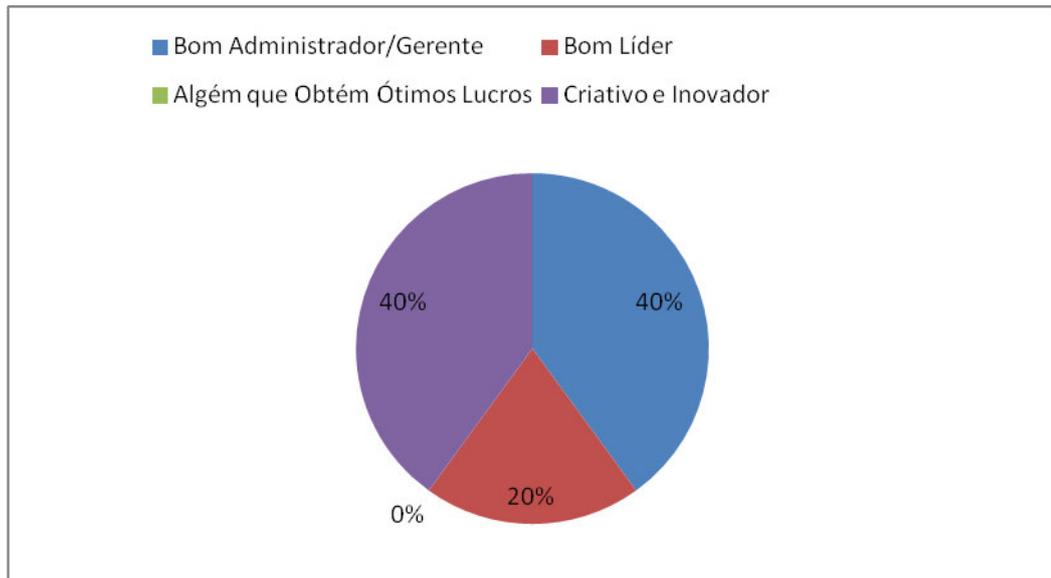
Em relação à tecnologia, foi perguntado se a mesma pode ser considerada como aliada do micro e pequeno empreendedor em relação ao desenvolvimento do seu negócio. Conforme o gráfico 08:

Gráfico 8 – Importância da Tecnologia na MPE

Fonte: Oliveira (2013).

Nenhum empreendedor considerou a tecnologia como algo supérfluo, que não pudesse auxiliar as operações empreendedoras; 20% encara a tecnologia como uma aliada, porém, a considera muito complicada; 40% acredita que a tecnologia é sim aliada no desenvolvimento de uma MPE e também 40% dos empreendedores tem a tecnologia como parte essencial para auxiliar as atividades de suas empresas.

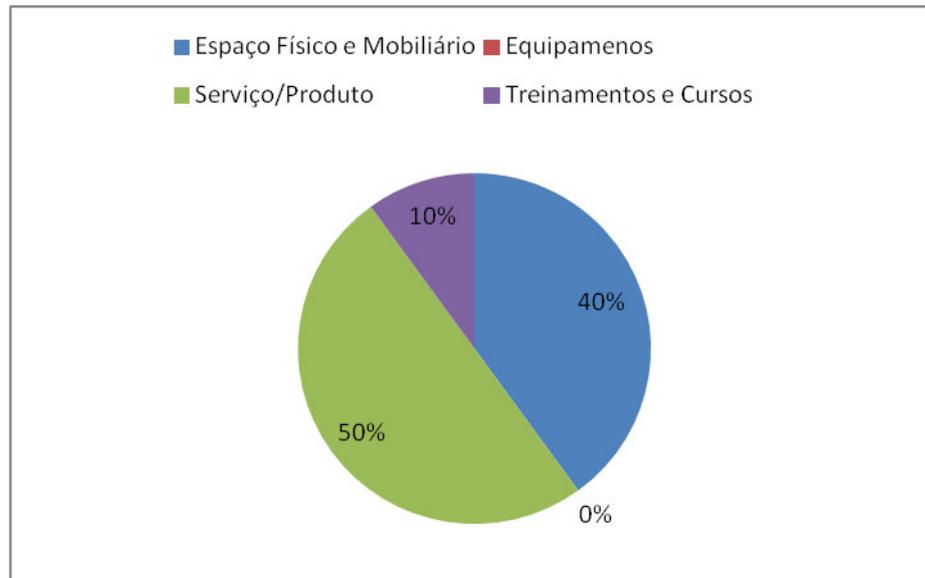
Com o intuito de verificar se os empreendedores sabem o que significa o termo que os nomeiam, perguntou-se o que é um empreendedor de sucesso para eles com a finalidade de conhecer qual (is) característica (s) mais chama atenção deles em um empreendedor.

Gráfico 9 – Opinião sobre Empreendedor de Sucesso

Fonte: Oliveira (2013).

O gráfico 09 mostra que 40% dos empreendedores acreditam que um empreendedor de sucesso é aquele que desenvolve bem, com eficiência os processos gerenciais e sabe planejar, organizar, direcionar e controlar a empresa, isto é, um bom administrador/gerente. 20% pensa que a principal característica de um empreendedor é a liderança, a capacidade de influenciar pessoas. 40% considera que um empreendedor de sucesso é aquele que cria e que tem a inovação como qualidade principal. Ninguém (0%) apontou a obtenção de ótimos lucros como característica principal de um empreendedor de sucesso.

No que diz respeito aos investimentos a serem priorizados pelos micro e pequenos empreendedores, tem-se o seguinte:

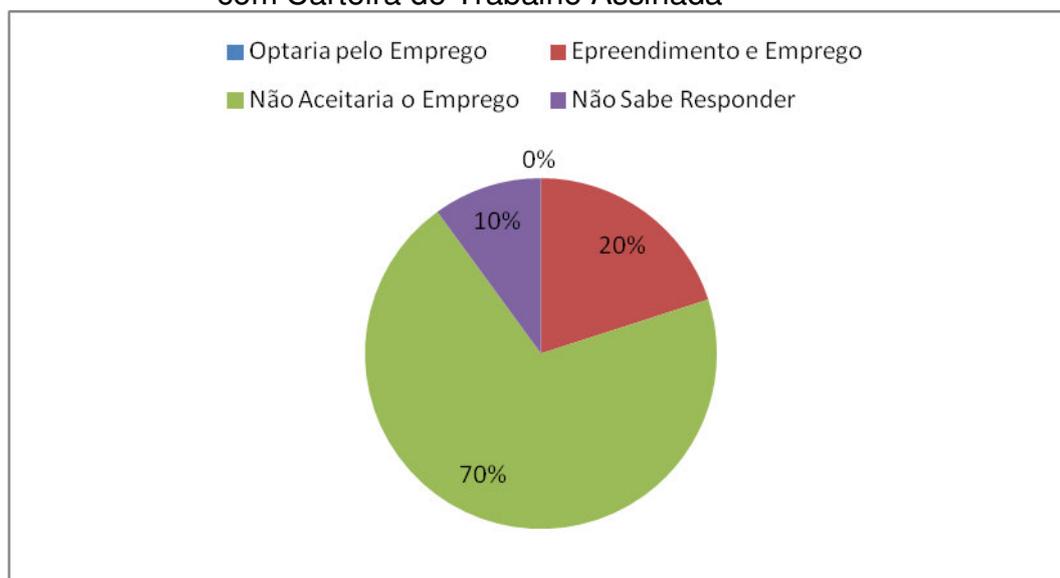
Gráfico 10 – Priorização de Investimentos

Fonte: Oliveira (2013).

40%, de acordo com o gráfico 10, considera que o espaço físico é mais relevante e merece mais investimento, nenhum empreendedor respondeu que os equipamentos sejam mais importantes, 50% acreditam que o serviço/produto merece mais investimentos, pois chamam mais a atenção do seu público alvo e 10% aponta os treinamentos e cursos para os colaboradores internos como partes fundamentais e cabíveis de investimentos e melhorias.

Por fim, a última questão dirigida aos dez micro e pequenos empreendedores consiste em tomar conhecimento de qual seria a reação dos mesmos, caso recebessem proposta para trabalhar de Carteira de Trabalho assinada. O intuito é identificar o real grau de satisfação dos empreendedores em relação aos seus negócios e a vida de empreendedor. Observe o gráfico 11:

Gráfico 11 – Reação dos Empreendedores Mediante Proposta de Emprego com Carteira de Trabalho Assinada



Fonte: Oliveira (2013).

Conclui-se, assim, que apesar das dificuldades e limitações que os empreendedores enfrentam, 70% deles optaria por não aceitar o emprego de Carteira de Trabalho assinada e 20% dos empreendedores, mesmo optando pelo emprego, não abririam mão do seu empreendimento. 10% não saberia responder e nenhum deles optaria somente pelo emprego.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo pode sim ser usado como um caminho eficiente para o desenvolvimento local da cidade de São José de Ribamar. Porém, é importante ressaltar que o empreendedorismo por oportunidade é o tipo de empreendedorismo que realmente leva determinada região a se desenvolver, pois é realizado com planejamento e estratégias bem definidas através de um Plano de Negócio bem elaborado. Um negócio não pode fugir dos preceitos da Administração, deve ser planejado, organizado, bem direcionado e controlado constantemente, caso contrário, o empreendimento pode ser mais um que nas estatísticas de falência de empresas.

Para isso é necessário que os micro e pequenos empreendedores ribamarenses, além de possuírem o espírito empreendedor, tenham também informação, condições e apoio governamental, já que, o sucesso dos seus empreendimentos envolve toda a sociedade como foi apresentado na tabela 1 as partes interessadas no empreendedorismo.

Contudo, é importante salientar que em São José de Ribamar, o primeiro passo já foi dado. A existência do Balcão SEBRAE, a mais conhecida e influente instituição de apoio ao micro e pequeno empreendedor no Brasil, disponibiliza serviços que fazem total diferença para aqueles que pretendem abrir um negócio. A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de São José de Ribamar juntamente com a Secretaria de Turismo do Estado também encabeçaram um projeto de grande relevância denominado “Empresa Formal, Turismo Legal”, onde visam combater a informalidade e incentivar a atividade turística no município. No entanto, percebe-se que ainda é necessário a parceria ou criação de centros de pesquisa e educação que aprofundem os estudos nessa área tão relevante ao desenvolvimento regional e este anseio foi demonstrado pelos próprios empreendedores ribamarenses quando questionados sobre qual estímulo o município poderia oferecer para auxiliar o desenvolvimento do empreendedorismo na cidade. A educação sempre será o passo mais importante na busca pelas mudanças e melhorias em uma sociedade.

Os empreendedores precisam saber quem são, precisam saber se diferenciar de empresários comuns e aqueles que são empresários e se denominam empreendedores, merecem ter a chance de se desenvolverem e ir além dos processos gerenciais desenvolvidos por meros gerentes.

Conclui-se, assim, que a cidade de São José de Ribamar – MA apresenta limitações, demonstradas no próprio Plano Plurianual do município, que inibem o seu progresso e que estas, por sua vez, devem ser encaradas como oportunidades para que o empreendedorismo seja disseminado em áreas diversas e não só na pesca e no turismo, principais potenciais econômicos da cidade. As MPEs, assim como em âmbito nacional, são o motor real da economia, geram empregos e renda a população, são mais abertas e ágeis no processo de inovação e mudanças, entre tantas outras qualidades. E são com todos esses pontos positivos que, se cultivados seriamente e com comprometimento, levarão o município de São José de Ribamar a progredir e se destacar cada vez mais na economia. A inovação também tem que ser melhor compreendida pelos micro e pequenos empreendedores na sua real forma de ser, pois a replicação de atividades empresariais não podem ser confundidas com atividades puramente empreendedoras, inovadoras. Mas, isso tudo só será possível quando o investimento prioritário por parte do governo passar a ser para a educação empreendedora. Com ela, será mitigado o surgimento de empreendedorismo por necessidade, os empresários se tornarão empreendedores, os empreendedores que já estão no mercado ribamareense terão condições melhores de se desenvolverem ainda mais e a cidade como um todo irá prosperar e oferecer melhores condições de crescimento econômico e de qualidade de vida, gerando assim, o desenvolvimento local tão almejado.

REFERÊNCIAS

ALTRÃO, A. **Pequenas empresas, heróis anônimos**: a vida e os problemas da pequena empresa. 1. ed. Curitiba: Adilson Altrão, 2001.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1. ed. 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. Decreto nº 5.028, de 31 de março de 2004. Altera os valores dos limites fixados nos incisos I e II do art. 2º da Lei nº 9.841 de 5 de outubro de 1999, que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5028.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: < <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>>. Acesso em: 14 maio 2013.

BRASIL. Medida provisória nº 275, de 29 de dezembro de 2005. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Mpv/275.htm>. Acesso em: 14 maio 2013.

BRASIL. PLC - Projeto de Lei da Câmara, Nº 77 de 2011 - Complementar. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=102107>. Acesso em: 14 maio 2013.

CEAPG-FGV - Centro de Estudos em Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas. Desenvolvimento local com equidade em municípios de pequeno porte populacional: como utilizar a plataforma básica. São Paulo: Dedone Editora, 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6ª ed. São Paulo: Ed. de Cultura, 1999.

DOLABELA, F. Cap. 04. **Empreendedorismo**: ciência, técnica e arte. Instituto Euvaldo Lodi. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C.; TIMMONS, J. A; SPINELLI, S. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século 21. Adaptação da 8ª ed. americana. São Paulo: Elsevier, 2010.

DRUCKER, P.F. **Administração**: tarefas, responsabilidades, práticas. 3. vol. São Paulo: Pioneira, 1975.

FARAH, O. E. et al. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresa. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FEIJÓ, R. **Desenvolvimento econômico**: modelos, evidências, opções políticas e o caso brasileiro. São Paulo: Atlas, 2007.

FILION, L.J. Cap. 01. **Empreendedorismo**: ciência, técnica e arte. Instituto Euvaldo Lodi. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

FORMICA, P. Cap. 03. **Empreendedorismo**: ciência, técnica e arte. Instituto Euvaldo Lodi. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2011.

GOMES, A. F. **O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local**. REA - Revista Eletrônica de Administração, Centro Universitário de Franca, 2005. Disponível em: <<http://periodicos.unifacel.com.br/index.php/rea/article/view/192>> Acesso em 02 fev 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades @: São José de Ribamar - Maranhão. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 31 jan 2013.

IEL – Instituto Euvaldo Lodi. O que é o IEL. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/iel/institucional/2012/03/1,1797/o-que-e-o-iel.html>> Acesso em 16 jun 2013.

JACOBY, J.U.F. **Como comprar da micro e pequena empresa**. Brasília: SEBRAE, 2008.

JULIEN, P. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PLANO PLURIANUAL 2010 – 2013. São José de Ribamar - Maranhão. Lei nº 875 de 22 de dezembro de 2009.

PRONATEC EMPREENDEDOR. Disponível em: <pronatecempreendedor.sebrae.com.br/>. Acesso em: 29 jun. 2013.

REIS, D. *et al.* **Empreendedorismo e desenvolvimento local sustentável**. In: Caderno de Administração. v. 14, n. 2, p. 14-24, jul/dez, 2006.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Sebrae: uma agente de desenvolvimento. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/1129-sebrae-um-agente-de-desenvolvimento/BIA_1129>. Acesso em 16 jun 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA - Goiás. Critérios e conceitos para classificação de empresas. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/goias/indicadores-das-mpe/classificacao-empresarial>>. Acesso em: 16 jun. 2013.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento econômico**. 5. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário**QUESTIONÁRIO**

(Coleta de informação quanto ao desenvolvimento do empreendedorismo no município de São José de Ribamar – MA em relação à visão dos próprios empreendedores).

Nome do Empreendimento:

Nome do Empreendedor:

IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Ramo:

Nº de funcionários:

Tempo de Mercado:

SUA CONTRIBUIÇÃO!**1 – Por que você escolheu ser empreendedor?**

- Exemplo familiar
- Por necessidade
- Por oportunidade
- Outro motivo/Qual? _____

2 – A concretização do seu empreendimento superou suas expectativas?

- Ainda não (em andamento)
- Não
- Sim
- Muito

3 – Qual a maior dificuldade quanto à implantação de um empreendimento em sua opinião?

- Falta de informação
- Falta de capital ou investidores
- Taxas/impostos excessivos
- Mão de obra qualificada

4 – Você procurou algum órgão de auxílio ao micro e pequeno empreendedor?

- Não sabia que existia
- Não
- Sim, mas achei muito complexo
- Sim

5 – Em relação à cidade de São José de Ribamar – MA, qual a maior atratividade do município para o empreendedorismo em sua opinião?

- Mercado propício
- Turismo
- Incentivo governamental
- Nenhuma

6 – Em sua opinião, em que aspecto o município de São José de Ribamar – MA poderia estimular o empreendedorismo?

- Diminuição de taxas/impostos ao micro e pequeno empreendedor
- Criação de postos/órgãos municipais para prestação de informações
- Criação ou parcerias com centros de pesquisas e educação para formação de empreendedores
- Concessão facilitada de crédito/financiamento para MPEs

7 – Qual o principal diferencial do seu empreendimento?

- Não há
- Produto/Serviço
- Relações Interpessoais
- Inovação

8 – Em sua opinião, a tecnologia pode ser uma aliada do micro e pequeno empreendedor em relação ao desenvolvimento do seu negócio?

- Não
- Mais ou menos, é muito complicada
- Sim
- É essencial

9 – Em sua opinião, um empreendedor de sucesso é:

- Um bom administrador/gerente
- Um bom líder
- Alguém que obtém ótimos lucros
- Criativo e inovador

10 – Para você, qual dos itens abaixo é o mais relevante e merece mais investimento para o bom desempenho do seu negócio?

- Espaço físico e mobiliário (local e estrutura do empreendimento)
- Equipamentos (computadores, máquinas, objetos)
- Serviço/produto
- Treinamentos e cursos para os colaboradores internos

11 – Qual seria sua opção caso recebesse uma proposta para trabalhar com Carteira de Trabalho assinada?

- Optaria pelo emprego
- Manteria o empreendimento e aceitaria o emprego
- Não aceitaria o emprego
- Não sabe responder

Apêndice B – Cessão gratuita de direitos de depoimento oral ou escrito**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO****CESSÃO GRATUÍTA DE DIREITOS DE DEPOIMENTO ORAL OU ESCRITO**

Pelo presente documento, **eu**:

Entrevistado(a): _____,

RG: _____ emitido

pelo(a): _____,

domiciliado/residente em (Av./Rua/nº./complemento/Cidade/Estado/CEP):

declaro ceder ao (à) Pesquisador(a): Suzane Coutinho de Oliveira, CPF: 035.072.843-75
RG:46.535.549-3 ,emitido pelo(a): SSP-SP, domiciliado/residente em Rua São Judas Tadeu,
nº240. CEP: 65110-000 – São Raimundo, **sem quaisquer restrições quanto aos seus
efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do
depoimento de caráter histórico e documental que prestei ao(à)
pesquisador(a)/entrevistador(a) aqui referido(a)**, na cidade de São José de Ribamar,
Estado do Maranhão, em 27 DE JUNHO DE 2013, **como subsídio à construção de sua
monografia de Administração da Universidade Federal do Maranhão.** O (a)
pesquisador(a) acima citado(a) fica conseqüentemente autorizado(a) a utilizar, divulgar e
publicar, para fins acadêmicos e culturais, o mencionado depoimento, no todo ou em parte,
editado ou não, bem como permitir a terceiros o acesso ao mesmo para fins idênticos, com
a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor.

Local e Data:

São José de Ribamar, 27 de JUNHO de 2013

(assinatura do entrevistado/depoente)