FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JACKSON DE SOUSA CONCEIÇÃO
MARCOS AURELIO CHAVES DE ALMEIDA

Empreendedorismo: um estudo de campo abordando o surgimento de micro e pequenas empresas na cidade de Chapadinha-MA

Chapadinha-MA
2020

JACKSON DE SOUSA CONCEIÇÃO
MARCOS AURELIO CHAVES DE ALMEIDA

Empreendedorismo: um estudo de campo abordando o surgimento de micro e pequenas empresas na cidade de Chapadinha-MA

Monografia apresentada e ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP), para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Especialista Max Jean Araújo Carvalho.

Chapadinha-MA

2020

C744e

Conceição, Jackson de Sousa
Empreendedorismo: um estudo de campo abordando o surgimento de micro e pequenas empresas na cidade de Chapadinha-MA. / Jackson de Sousa Conceição, Marcos Aurelio Chaves de Almeida. - 2020.

68 f. : il.
Orientador: Prof. Esp. Max Jean Araújo Carvalho.
Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Faculdade do Baixo Parnaíba, Chapadinha, 2020.

1. Empreendedorismo. 2. Pequenas e Médias empresas. 3. Gestão Empresarial. I. Almeida, Aurelio Chaves de. II. Carvalho, Max Jean Araújo (Orientador). III. Título.

CDU 658.114:334.722(812.1)

Elaborada por Rayssa Cristhália Viana da Silva – CRB-13/904

JACKSON DE SOUSA CONCEIÇÃO
MARCOS AURELIO CHAVES DE ALMEIDA

Empreendedorismo: um estudo de campo abordando o surgimento de micro e pequenas empresas na cidade de Chapadinha-MA

Monografia apresentada e ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP), para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: _____/_____/_____

Nota _____

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof. Esp. Max Jean Araújo Carvalho (Orientador)
Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP)

_____
Prof. Esp. Antônio Pereira da Silva Júnior
Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP)

_____
Prof. Me. Ádilo Lages Vieira Passos
Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP)

AGRADECIMENTOS

Eu, Jackson de Sousa Conceição, quero agradecer primeiramente a Deus, por ter me concedido força para continuar em meios desafios enfrentados no decorrer dessa etapa da faculdade.

Ao meu pai Antônio Francisco da Conceição, minha mãe Antônia Lopes de Sousa, Minha irmã Vilmara de Sousa Conceição e a minha Avó Maria da Conceição, que durante toda essa jornada foram meus apoiadores em todos os momentos.

A Faculdade do Baixo Parnaíba, e toda a equipe que a compõe por ter me proporcionado uma grande experiência que levarei pelo resta da minha vida.

Ao nosso professor orientador Max Jean Carvalho, e a todos os professores que fizeram parte dessa caminhada um muito obrigado.

Eu, Marcos Aurélio Chaves de Almeida, agradeço aqui ao bom Deus em primeiro lugar por ter me dado a graça e força para estar concluindo esta graduação que em sua infinita misericórdia nunca nada me deixou faltar, que em meio as dificuldades me fez persistir até o último segundo.

Agradeço imensamente aos meus pais Maria do Socorro Lima e Manoel de Assunção Carvalho, que nunca desistiram de mim e no decorrer desses quatro anos estavam suportando aconselhando e me motivando incansavelmente a continuar na certeza que dias melhores virão, por toda preocupação e carinho que tiveram por mim, por me mostrarem o melhor da vida. Por todo amor e educação que me deram, a vocês minha admiração e gratidão eterna.

À minha irmã Marcelly Chaves por toda atenção, ajuda, e cuidado, sempre que precisei de alguém ao meu lado para me apoiar você estava aqui, obrigado por todas as palavras de bem. A minha avó Aguida por todo zelo e incentivo nesses quatro anos, e minha irmã Dayane por toda consideração e preocupação que teve comigo, a vocês minha gratidão.

A Faculdade do Baixo Parnaíba por me dar a oportunidade de ingressar no curso de administração, onde tive experiências que levarei para minha vida. Ao nosso orientador por nos ajudar a realizar essa pesquisa, a todo corpo docente e equipe FAP, muito obrigado.

“Tudo é possível a quem tem fé.”

(Mc: 9,23)

RESUMO

Como se pode observar o empreendedorismo está se destacando cada vez mais no cotidiano, mostrando a capacidade que as pessoas têm de mudar um cenário em que vive com suas habilidades, proporcionando o crescimento econômico da cidade em que está inserido. Com base nessas palavras o presente trabalho, tem como objetivo identificar o motivo que leva as pessoas a buscarem o caminho do empreendedorismo como fonte de geração de renda na cidade de Chapadinha-MA. Os resultados da pesquisa apontam que a necessidade é como um dos principais fatores que fazem as pessoas a montar seu próprio negócio. Para a aquisição das informações e assim chegar aos resultados, foram feitas pesquisas bibliográficas sendo utilizado várias obras importantes para o empreendedorismo como: Chiavenato (2012), Degen (2009), Dornelas (2008), Dolabela (2012), e outras grandes referências literárias. Também foram utilizados dados do SEBRAE, juntamente com a aplicação de questionários com perguntas objetivas com relação aos empresários e outros fatores que contribuíram para ingressar no empreendedorismo. A partir dos resultados foi possível obter êxito com respostas precisas e com indicadores de dados, proporcionando as respostas adequadas para o objetivo geral da pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e Pequenas Empresas. Gestão Empresarial.

ABSTRACT

As can be seen, entrepreneurship is increasingly prominent in daily life, showing the capacity that people have to change a scenario in which they live with their skills, providing the economic growth of the city in which it is inserted. Based on these words, this paper aims to identify the reason that leads people to seek the path of entrepreneurship as a source of income generation in the city of Chapadinha-MA. The survey results point out that necessity is one of the main factors that make people start their own business. For the acquisition of information and thus to reach the results, bibliographic researches were made and several important works for entrepreneurship were used, such as Chiavenato (2012), Degen (2009), Dornelas (2008), Dolabela (2012), and other great literary references. SEBRAE data were also used, along with the application of questionnaires with objective questions regarding entrepreneurs and other factors that contributed to enter entrepreneurship. Based on the results, it was possible to obtain success with precise answers and with data indicators, providing adequate responses to the general objective of the research.

Keywords: Entrepreneurship. Micro and Small Companies. Business management.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na CAPES 18
Tabela 2 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na BDTD 19
Tabela 3 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na SPELL 21

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 – Principais Vantagens e Desvantagens da formalização 31

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Região de Chapadinha-MA 47
Figura 2 – Comércio de região 47

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos empresários 49
Gráfico 2 – Idade dos empresários 50
Gráfico 3 – Nível de escolaridade 51
Gráfico 4 – Por que você escolheu montar seu próprio negócio? 52
Gráfico 5 – Quando você montou sua empresa, você fez um plano de negócio? 53
Gráfico 6 – Qual o tipo de oferta da sua empresa? 54
Gráfico 7 – Sua empresa é formalizada? 54
Gráfico 8 – Sua empresa é sua única fonte de renda? 55
Gráfico 9 – Há quantos anos sua empresa está atuando no mercado? 56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BDTD	Biblioteca Digital de Teses e Dissertações
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
EPP	Empresas de Pequeno Porte
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GCI	Global Competitiveness Index
IBCT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Microempreendedor individual
MPE	Micro e Pequenas Empresas
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPELL	Scientific Periodicals Electronic Library
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportações de Softwares
TET	Taxa de Empreendedorismo Total
WEF	World Economic Forum

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	14
2	**EMPREENDEDORISMO: uma revisão de literatura**	17
2.1	**Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)**	17
2.2	**Biblioteca Digital De Teses E Dissertações (BDTD)**	19
2.3	**Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL)**	21
3	**EMPREENDEDORISMO**	24
3.1	**Características dos Empreendedores**	26
3.2	**Os Desafios dos Empreendedores no Brasil**	30
3.3	**Aspectos Relevantes da Gestão de MPE's de Chapadinha-MA**	31
3.4	**O Retrato do Comércio Informal**	35
3.5	**Planejamento Estratégico, Financeiro e Orçamentário**	38
4	**CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**	44
5	**METODOLOGIA**	46
5.1	**Tipo de Pesquisa**	46
5.2	**Universo e Amostra**	46
5.3	**Instrumentos de Coleta de Dados**	48
6	**RESULTADOS E DISCUSSÃO**	49
7	**CONCLUSÃO**	57
	REFERÊNCIAS	59
	APÊNDICE	66

1 INTRODUÇÃO

A origem do termo “empreendedorismo” não é precisa, mas desde os primórdios do ser humano, parece que algumas pessoas têm se destacado na inovação de suas atividades ou produtos. Essas práticas inovadoras são chamadas de empreendedorismo. Por muito tempo, o empreendedorismo foi visto como uma saída para muitas pessoas.

O empreendedorismo é o despertar de um indivíduo, que pode fazer uso pleno de seu potencial racional e intuitivo. Isso é, buscar autoconhecimento em um processo de aprendizagem permanente aberto a novas experiências e novos paradigmas.

Dentre vários motivos, o empreendedorismo tem um efeito muito importante dentro de uma sociedade, fazendo assim a economia circular naquela determinada área, gerando empregos e oferecendo o melhor, tanto para o empreendedor, quanto para as pessoas que estão naquele meio, seja de forma direta ou indireta.

O desenvolvimento do empreendedorismo é cada vez mais nítido quando se observa a quantidade de empresas que são abertas a cada ano no Brasil, sejam empresas fornecedoras de bens duráveis ou de consumo ou empresas prestadoras de serviço. Muitos desses empreendimentos surgem de uma demanda latente das pessoas da região, até mesmo porque alguém resolveu arriscar a sorte em um negócio que conhece ou não.

A cada dia um número muito grande de organizações são fundadas. É possível perceber esse fenômeno quando apenas ao dá uma volta no próprio bairro, é possível visualizar uma padaria que antes não existia, um mercantil onde se encontra quase tudo, uma loja de material de construção, uma academia ou uma oficina mecânica que surgiu devido à demanda dos moradores daquela área.

Ultimamente tem se observado o grande crescimento de novas micro e pequenas empresas, isso tem impactado o comércio local de diversas cidades principalmente em micro regiões onde pouco se tem oportunidades de emprego e fonte de renda. Segundo dados do SEBRAE (2011) “Os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Juntas, as cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no país representam 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos.”

Sobre isso é importante ressaltar que as micro e pequenas empresas também são responsáveis por alimentar a economia no Brasil, uma vez que há contribuições desses comércios feitas ao governo e além de serem responsáveis por mais da metade dos empregos no país, empresas desse porte são menos propensas a demitir, pois operam com um número menor de colaboradores, dentre outros benefícios para o país e para a empresa.

O empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil nos últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas a participação delas na economia (SEBRAE, 2014).

Em 1985, o IBGE calculou em 21% a participação dos pequenos negócios no PIB brasileiro. Como não havia uma atualização desse indicador desde então, o Sebrae contratou a Fundação Getúlio Vargas para avaliar a evolução das micro e pequenas empresas na economia brasileira, com a mesma metodologia utilizada anteriormente. Em 2001, o percentual cresceu para 23,2% e, em 2011, atingiu 27%. Em valores absolutos, a produção gerada pelas micro e pequenas empresas quadruplicou em dez anos, saltando de R$ 144 bilhões em 2001 para R$ 599 bilhões em 2011, em valores da época.

Diante desse crescimento exagerado, o país e o governo tem dado cada vez mais oportunidades aos empreendedores individuais, com diversas ferramentas de apoio e incentivo aos empresários locais.

Segundo o Sebrae (2013), o fomento para a criação de novas empresas no Brasil teve como apoio algumas políticas do governo, como a criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas em 2006, a implantação do Microempreendedor Individual (MEI) em 2009 e a ampliação dos limites de Faturamento do Simples Nacional em 2012.

Estas mudanças estão causando uma revolução no ambiente destas empresas e na sociedade. Com o número de novas empresas aumentado, e associando isso a melhor competitividade, espera-se que haja maior oferta de empregos, maior arrecadação de impostos, melhores salários e uma melhor distribuição de renda.

O objetivo geral desse trabalho é ressaltar a importância das micro, pequenas e médias empresas como fonte de realização profissional, bem como aspectos que inovam o comércio na região, e assim são traçados esses negócios de forma registrada ou não, e partindo disso os objetivos específicos surgem a partir de:

compreender o sentido de empreender como caminho de geração de renda, observar o plano de negócio estabelecido pelos empreendedores e buscar entender como é o processo de formação do comercio.

Essa pesquisa será usada da seguinte forma, o estado da arte foi elaborado por meio de uma pesquisa bibliográfica usando a biblioteca científica virtual de tecnologia de ponta, para entender as realizações de trabalhos sobre o assunto nos últimos anos. O referencial teórico introduz citações de autores acerca do tema, seguindo pelas características, desafios do empreendedorismo no Brasil, aspectos relevantes das MPE´s no município e é destacado também como planejamento estratégico financeiro e orçamentário, e por fim são apresentados os métodos utilizados e como coletar os dados, bem como as pesquisas a discussão dos resultados de forma que alguns autores e fontes de dados que já trataram do assunto, portanto os gráficos foram desenvolvidos para melhor observação dos cálculos referente ao questionário, e finalmente a conclusão da pesquisa.

2 **EMPREENDEDORISMO:** uma revisão de literatura

O estado da arte se torna como um mapa para os pesquisadores ao desenvolver uma pesquisa sobre um determinado assunto, possibilitando aprimorar seu conhecimento com pesquisas já existentes. Os estudantes podem contar com vários portais que disponibilizam artigos científicos, teses e documentos relacionados ao assunto de forma virtual para dar suporte à pesquisa.

No decorrer da elaboração desta pesquisa, foi possível contar com o suporte de 03 (três) plataformas digitais para o desenvolvimento do “Estado da Arte”. Sendo elas: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD); e Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL), sendo feito a análise em artigos, monografias, teses, dissertações, etc. Além destas, foi consultado no repositório institucional da FAP. No decorrer da pesquisa foram utilizadas as palavras-chave Empreendedorismo, Micro e Pequenas Empresas e Gestão Empresarial.

O “Estado da Arte” é visto como uma pesquisa bibliográfica, organizada de acordo com o tema pesquisado. Ens; Romanowski (2006, p. 45) afirmam que “Os dados coletados em estudos do tipo estado da arte indicam a atenção que os pesquisadores dão à temática, além de apontar para que aspectos da área da educação voltava-se a preocupação dos pesquisadores.” De acordo, com a falas dos autores tem-se uma visão de quanto é importante a investigação do assunto que está sendo pesquisado de forma detalhada para não deixar passar informações importantes que possam comprometer todo o processo de pesquisa.

2.1 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) é um portal que funciona como uma biblioteca, mas de forma virtual, onde é possível encontrar vários trabalhos acadêmicos de instituições de todo Brasil. É um portal que pode ser acessado por acadêmicos de qualquer área para obtenção de informações que podem auxiliar em trabalhos científicos que estão sendo elaborados.

Tabela 1 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na CAPES

Palavras-chave	Quantidade de Produções encontradas	Quantidade de Produções analisadas
Empreendedorismo	333	01
Micro e Pequenas empresas	458	01
Gestão Empresarial	636	01

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Na pesquisa com a palavras-chave “Empreendedorismo” com pesquisa refinada de 2017 a 2020 foi possível encontrar 333 produções, sendo feito o aprofundamento em um artigo que mais apresenta relação com o tema pesquisado. O artigo é titulado como “Evidências adicionais da relação entre empreendedorismo e crescimento econômico.”

Na análise do artigo citado acima Paula; Pereira; Ziero (2017) visam mostrar como o empreendedorismo pode contribuir para o desenvolvimento econômico do país. Para chegar aos resultados foram utilizando como materiais de pesquisas os indicadores do “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM), e “Global Competitiveness Index” (GCI), elaborado pelo “World Economic Forum” (WEF).

De acordo com os resultados obtidos, tem-se que o empreendedorismo pode ser um dos fatores que impulsiona o desenvolvimento econômico de um determinado local, dependendo do cenário econômico do país em que está inserido.

Na realização de uma nova consulta na plataforma CAPES, com a palavra-chave: Micro e Pequenas Empresas, refinando o ano de 2017 a 2020, foram encontrados 458 produções, sendo feito o estudo aprofundado em 01 produção.

O estudo que tem o título: “Ferramentas Como Fator De Inovação Nas Micro E Pequenas Empresas”, os autores Bressan, Silva, Hirata, Pires e Pantaleão (2017), falam que a pesquisa tem o intuito de analisar o processo de inovação sustentável utilizada por uma microempresa da área de lavanderia, e identificar suas ferramentas utilizadas para elaborar as estratégias de inovações.

A pesquisa tem como metodologia, caracterizada como pesquisa bibliográfica e documental, extraindo informações teóricas sendo dados secundários, podendo assim chegar aos resultados almejados. E para a análise dos dados foi realizado um estudo de caso na empresa que foi pesquisada.

Com a análise dos dados prontos, os resultados apontam a empresa pesquisa como uma empresa inovadora referente ao desenvolvimento sustentável, sendo grande referência em sua área de atuação.

Seguindo para a pesquisa da palavra-chave “Gestão Empresarial” foram encontradas 363 produções com pesquisa refinada, por conta de ter mais relevância entre o assunto estudado foi feito o estudo de um artigo com o título “Utilização de artefatos da Gestão Empresarial para análise da economia tributária de empresas comerciais.”

O artigo se trata de um estudo de caso, no qual Correia; Nascimento; Vasconcelos e Silva (2018) têm como objetivo a avaliação conforme o estudo sobre o regime tributário que menos implica com gastos na empresa. De acordo com a concepção dos autores, isso requer o planejamento tributário ajudando sempre na tomada de decisão dos gestores.

Dentre os métodos utilizados para a obtenção dos resultados está a pesquisa classificada como descritiva com o auxílio de uma abordagem quantitativa e com o estudo de caso. Foram feitas projeções com os dados da empresa de um ano de exercício com base no ano anterior, observando o regime com menor carga tributária.

A pesquisa conclui que uma boa elaboração do planejamento tributário, seguindo todos os requisitos legais e uma boa observação dentro da empresa, pode ser uma grande força para o desenvolvimento da empresa.

2.2 Biblioteca Digital De Teses E Dissertações (BDTD)

A Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) é um portal que reúne digitalmente teses e dissertações elaboradas em instituições de ensino e até mesmo de pesquisa no Brasil, e esses trabalhos podem ser disponibilizados ao acessar o portal, a mesma foi desenvolvida e é coordenada pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).

Tabela 2 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na BDTD

Palavras-chave	**Quantidade de Produções Encontradas**	**Quantidade de Produções analisadas**
Empreendedorismo	167	01
Micro e Pequenas empresas	197	01
Gestão Empresarial	370	01

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

No decorrer da pesquisa na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), com a palavras-chave “Empreendedorismo” foram encontradas 167 produções de forma refinada e de acordo com a análise dos trabalhos foi escolhido um artigo no qual tem mais relevância com o tema buscado, cujo título é “Recomeço Empreendedor no Brasil.”

Silva (2018) busca compreender as características que levam as pessoas no Brasil a recomeçar um novo empreendimento e comparando com as experiências que já foram vivenciadas em um negócio que foi fechado por algum motivo, e isso se torna muito valioso na vida empreendedora, pois uma experiência pode evitar muitos erros e pode impedir o fechamento do empresa.

Para realizar a pesquisa citada, foi utilizada uma pesquisa bibliográfica contemplando o conceito de principais autores do empreendedorismo, o trabalho caracteriza-se como pesquisa empírica, de caráter exploratório se relacionando com uma pesquisa de campo para obter o resultado final. De acordo com as análises dos dados foi possível chegar ao resultado que um empreendimento que fechou as portas tem motivos para recomeçar e pode evitar muitos erros cometidos anteriormente.

Em uma busca na plataforma BDTD com a palavra-chave: Micro e Pequenas empresas, refinando os campos: idiomas para português, data de defesa dos trabalhos com período de 2017 a 2020. E com esses dados foi possível encontrar 197 produções acadêmicas, sendo feito a análise de apenas 01 dissertação.

A dissertação analisada se intitula como “Gerenciamento De Projetos De Produtos Nas Micro e Pequenas Empresas Sustentáveis”, Carvalho (2020), teve como objetivo investigar e compreender quais as formas adotadas pelas micro e pequenas empresas sustentáveis para o desenvolvimento de seus produtos.

A pesquisa mencionada acima é de caráter qualitativo e com metodologia exploratória, para a obtenção dos dados foram realizadas entrevistas com micro e pequenas empresas sustentáveis brasileiras, também sendo feita a coleta de dados com informações provenientes em documentos secundários.

De acordo com dados da pesquisa analisados, os resultados apontam que as micros e pequenas empresas gerenciam seus projetos de produtos sem muita formalização, enfatizando que enfrentam muitas barreiras no gerenciamento de forma eficiente, mas sempre tentam repassar seu valor quando se referem a sustentabilidade.

Com a pesquisa da palavras-chave “Gestão Empresarial” foi possível

encontrar 370 produções com refinação, dentre as demais as produções foi feito o estudo de um trabalho, o artigo titulado “A relação entre a adoção de práticas gerenciais e a geração de inovações organizacionais no varejo supermercadista.”

O objetivo principal de Leitão (2017), no artigo acima é identificar como que novas práticas de gestores podem se relacionar com as inovações para as empresas, utilizando dados de 06 empresas. Os métodos utilizados na pesquisa são classificados como pesquisa empírica e de caráter explicativo e descritivo, tendo por base uma abordagem qualitativa.

Depois da apuração das informações foi possível identificar que os incentivos às comunidades de práticas geram vantagens e benefícios para os supermercados e promovem o surgimento de inovações organizacionais.

2.3 Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL)

O *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) é uma plataforma virtual com início no ano de 2012, e disponibiliza produções acadêmicas como artigos, resenhas, entrevistas, resumo de teses, entre outros, nacionais nas áreas de Administração Pública e de Empresas, Contabilidade e Turismo. Proporcionando o apoio para pesquisadores usando seus periódicos como fonte de informação, sendo disponibilizado para consulta ou até mesmo download de documentos.

Tabela 3 – Lista de artigos publicados entre 2017-2020 na SPELL

Palavras-chave	**Quantidade de Produções encontradas**	**Quantidade de Produções analisadas**
Empreendedorismo	134	01
Micro e Pequenas empresas	42	01
Gestão Empresarial	03	01

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

No decorrer da pesquisa no portal Spell com a palavra-chave “Empreendedorismo” foram encontradas 134 produções, onde foi feito o estudo aprofundado em um artigo titulado como “Empreendedorismo, Crescimento Econômico e Desemprego: um estudo empírico no Estado do Rio Grande do Norte.”

Os autores Ramos; Albuquerque; Ribeiro e Souza (2020) tiveram como objetivo geral, analisar os fatores que influenciam a taxa de crescimento econômico e desemprego de acordo com a taxa de novos empreendimentos no Estado do Rio

Grande do Norte, foi trabalhado os conceitos para investigar as hipóteses que define empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade.

A metodologia utilizada caracteriza-se como base secundária, sendo classificada de caráter quali-quantitavo e exploratório. Utilizando extraídos do IBGE respectivos de 167 municípios do estado. Com base nas discussões dos dados apurados, os resultados comprovaram que o empreendedorismo se relaciona com o crescimento econômico e o desemprego no Estado, tendo como fatores principais dessas ações de necessidade ou até mesmo oportunidade.

Com base em uma nova busca no portal da SPELL, utilizando a palavra-chave “micro e pequenas empresas” foram localizados 42 produções acadêmicas, sendo escolhido apenas 01 artigo para discussão de seus procedimentos e para a apresentação dos resultados adquiridos.

O artigo é identificado como “Relação entre a orientação empreendedora e a capacidade de inovar de micro e pequenas empresas” de autoria de Cassol, Marietto, Ribeiro, e Baldi (2018), os autores enfatizam como principal objetivo, a identificação do relacionamento da orientação empreendedora com a capacidade que os gestores organizacionais tem de inovar.

A metodologia empregada foi a aplicação de questionários disponibilizados para 350 micros e pequenos empresários do município de Concórdia em Santa Catarina, e a análise dos resultados foram utilizados técnicas de modelagem de equações estruturais. Com isso, foi possível chegar aos resultados que a orientação empreendedora tem sido uma grande influência para capacitação dos gestores para a inovação das micro e pequenas empresas.

Com a pesquisa da palavras-chave “Gestão empresarial” foi possível encontrar 03 produções com pesquisa refinada, e dentre os demais foi feito o estudo em um trabalho que mais apresenta características referentes ao assunto pesquisado.

O artigo com o título “Práticas de gestão em microempresas perante crises econômicas: Um estudo de caso”. Ceriani (2018) caracteriza presente artigo como estudo de caso, abordando a prática da gestão dentro das empresas e considerando suas respectivas vantagens para se manter no mercado de forma efetiva.

Vale ressaltar que o autor cita a crise econômica no Brasil, onde muitas empresas fecharam as portas por falta do exercício da gestão da empresa de forma adequada, isso é o que chamou a atenção de muitos empresários e mudou a forma trabalhar, podendo salvar muitas empresas utilizando uma boa gestão empresarial.

No repositório institucional da FAP foram encontradas 3 (três) produções acadêmicas baseadas na palavra-chave “Empreendedorismo”. Sendo feito o aprofundamento em 1 (uma) das pesquisas, esta pesquisa cujo tema é “Empreendedorismo Familiar: Fatores que contribuem para a manutenção e crescimento das micro e pequenas empresas Chapadinhenses.”

O principal objetivo do trabalho é identificar as contribuições que determinam o crescimento e a manutenção de uma empresa de família no município de Chapadinha-MA, de acordo com as ações tomadas dentro do empreendimento.

Caracterizado como quanti-qualitativo foram utilizadas micro e pequenas empresas da cidade de Chapadinha-MA, e utilizando materiais bibliográficos e estudo de campo dentro das empresas com questionários semiabertos. Com base nos dados, foi possível concluir que dentro de um empreendimento, o planejamento se torna o principal fundamento para criar e manter uma empresa vale lembrar que a experiência no decorrer das atividades empresariais é muito importante para evoluir cada vez mais.

De acordo com todos os dados coletados nas respectivas produções acadêmicas, pode-se concluir que cada portal e cada artigo analisado, teve grande importância nos levantamentos dos fatos, proporcionando de forma efetiva a aquisição de novos conhecimentos e também contribuição para a construção dessa pesquisa.

3 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo teve a sua origem desde a época primitiva, pois considerando a evolução humana, compreende-se que o homem primitivo já tinha atitudes empreendedoras à medida que precisava manter a sua sobrevivência, inovava ao construir diversas ferramentas para agilizar a caça de animais (CUSTÓDIO, 2011).

Dolabela (2008) já reiterava que o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo. Doravante, teve seu início a partir da primeira ação inovadora do homem, tendo como objetivo melhorar as suas relações com os outros indivíduos e com a natureza. O empreendedor é alguém perseverante, que com energia e foco cria suas metas e busca alcançá-las. Ele gosta do que conhece as suas escolhas e gosta do que escolheu fazer.

Ao longo dos anos foram criados vários conceitos de empreendedorismo porém, um dos conceitos que surgiram e que o define bem é o de Hirsch; Peters; Shepherd (1992 apud CARLONI; MICHEL, 2006, p. 5) que explica:

> Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Portanto, o processo empreendedor não é algo tão fácil, exigindo tempo e dedicação e assumir riscos para criação de algo ou aproveitar uma oportunidade de inovar. Além disso, essa inovação precisa produzir valor econômico para o empreendedor e para a sociedade.

Diversos autores conceituam o empreendedorismo de formas diferenciadas, na maioria deles predomina os fatores ligados ao processo de inovação e criação de valor. Dornelas (2008) nesse sentido esclarece que empreender envolve criar um produto ou serviço que não existia, ou seja que seja novidade, diferente, mudar a situação atual e buscar de forma incessante novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. Sendo essa inovação, seja de um produto já existente ou negócio ou mesmo a criação de algo novo que seja um diferencial para a sociedade atendendo algum tipo de necessidade dos consumidores.

Chiavenato (2012, p. 6) menciona que “[...] o termo empreendedor (derivado da palavra francesa *entrepreneur)* foi usado pela primeira vez em 1725 pelo

economista Richard Cantillon, que dizia ser *entrepreneur* um indivíduo que assume riscos.” Em 1814 o economista Francês Jean *Bapetiste Say* (1767-1832) usou palavra para identificar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor que tenha um baixo nível de produção, para um setor de produtividade mais elevada, e a importância do empreendedor para o bom funcionamento do sistema econômico.

No ano de 1871, Carl Menger, economista austríaco definiu o empreendedor como “aquele que antecipa necessidades futuras”. Chiavenato (2012, p. 6) ressalta sobre o crescimento do empreendedorismo, segundo o autor “O empreendedorismo vem crescendo muito no mundo inteiro, pois muitos estão preferindo montar seu próprio negócio por causa do alto nível de desemprego.”

Sendo esse tipo de empreendedorismo conhecido como “empreendedorismo por necessidade” e ele tem avançado nos países em desenvolvimento e subdesenvolvidos, já nos países desenvolvidos devido ao alto nível de tecnologia e a facilidade de acesso a eles acontece vem crescendo o “empreendedorismo por oportunidade.” Mas independente do status social do país o empreendedorismo tem contribuído de modo relevante para o crescimento do PIB. Corroborando Dornelas (2001, p. 21) elenca que:

> […] são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

O Brasil atualmente é considerado um dos países mais empreendedores, segundo a pesquisa GEM (2005). Pois, num ranking de 37 países, o Brasil ocupa a sétima posição. Tendo alcançado destaque também, pela grande quantidade de pessoas que iniciam os seus negócios por necessidade, quase se igualando ao número de empreendedores por oportunidade.

De uma maneira geral, a taxa de empreendedorismo por necessidade tende a ser maior em países em desenvolvimento, onde as dificuldades de inserção no mercado de trabalho levam as pessoas a buscarem alternativas de ocupação, sendo essa uma forma de obter renda montando o seu próprio negócio. Com relação ao Brasil, outro aspecto que pode contribuir é a educação formal dos empreendedores considerada ainda baixa se comparada com a média de outros países de renda per capita semelhante. Pois, apenas 14% dos empreendedores brasileiros possuem formação superior (contra 23% em média nos países de renda per capita semelhante

à brasileira) e 30% sequer concluíram o Ensino Fundamental (GEM, 2005).

Dolabela (1999), ao questionar se o indivíduo nasce ou aprende a ser um empreendedor explica que “[...] ainda não existe nenhuma resposta científica para isso ou a respeito da possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo.” Mas para isso é fundamental a criação de um ambiente que propicie esse aprendizado.

Segundo Silva (2018) para o ser humano empreender “[...] também necessita de uma autorrealização, ou seja, uma oportunidade humana de realização de um sonho em realidade.” Mas para que isso aconteça precisa vir acompanhado de atitude empreendedora, motivação e instrumentalização, sendo essa última, importante para a previsão dos riscos que serão assumidos.

Em outras palavras, Maçães (2018) também fomenta que o empreendedorismo “[...] se trata também de um processo de iniciar um negócio, obter os recursos necessários, assumir os riscos inerentes ao projeto e dos seus benefícios potenciais.” E Hisrich; Peters; Shepherd (2014) elencam a respeito da importante função do empreendedorismo que: “[...] na criação e no crescimento dos negócios e para crescimento e prosperidade de nações e regiões como gerador de emprego e renda movimentando a economia dos países.”

Complementando Dornelas (2008, p. 22) estabelece que o termo empreendedorismo como sendo “[...] o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto levem a transformação de ideias em oportunidades.” As discussões dos autores demonstram a existência de uma grande ligação de processos envolvendo pessoas e os resultados desses processos que são capazes de criar valor no meio social através de ações empreendedoras.

Dornelas (2008, p. 7) desse modo afirma que: “O empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado no desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte a maioria das inovações que tem promovido esse desenvolvimento.” Por isso, tem se mostrado como uma solução satisfatória em momentos de crise e desemprego do país por isso tem e tornado notório a cada dia mais.

3.1 Características dos Empreendedores

Os empreendedores são designados com diversas características com base na concepção de Leite (2012) pode-se afirmar que: “[...] um empreendedor é um indivíduo que se lança em novas empreitadas empresariais, é criativo, arrojado e procura sempre fazer coisas diferentes.” Os empreendedores são pessoas capazes de reconhecer se uma ideia é viável e obter recursos necessários para desenvolvê-la para criar um produto ou serviços, tais como, os recursos financeiros ou recursos materiais e humanos (MAÇÃES, 2018).

Degen (2009, p. 14) discorre que:

> O empreendedor, mesmo muito bem-sucedido, geralmente trabalha doze a dezesseis horas por dia, não raro sete dias por semana. Ele sabe o valor de seu tempo e procura utiliza-lo ao máximo trabalhando arduamente na consecução de sua realização.

As pessoas que decidem empreender são dinâmicas, ousadas e para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumem riscos e responsabilidades inovando continuamente (CHIAVENATO, 2012). Ou seja, as pessoas de mente inovadoras e com atitudes podem ter sucesso ao aderir ao empreendedorismo.

Ser um empreendedor não significa apenas ter ganhos financeiros ter seu próprio negócio, ou realizar algo. No entanto envolve riscos que muitas pessoas não estariam dispostas a assumir. Sendo necessário abrir mão de feriados e descanso por horas de trabalho e dedicação e até mesmo de momentos especiais a fim de tornar realidade determinado projeto (DEGEN, 2009, p. 14).

Dornelas (2008, p. 23) dessa maneira afirma que:

> Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: a) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo o que faz; b) utiliza os recursos de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; c) Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Segundo Chiavenato (2012) o empreendedor deve possui três características essenciais que são:

- ✓ Necessidade de auto realização: As pessoas apresentam diferenças individuais quanto à necessidade de autorrealização e que se contentam com o status atual e não pretendem sair dele. Contudo as pessoas com

alta necessidade de realização gostam de cumprir um certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas mais complexas e objetivos mais elevados que atribuíram a si próprias;

- ✓ Disposição para assumir riscos: O empreendedor que assume variados riscos para iniciar ou tocar seu próprio negócio: riscos financeiros, decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e carreiras definidas, riscos familiares ao envolver os entes próximos no negócio, riscos psicológicos, pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados. Contudo, MCClealland verificou que algumas pessoas com alta necessidade de realização também tem moderadas propensões para assumir riscos. Isso significa que elas preferem situações arriscadas até o ponto em que podem exercer determinado controle pessoal sobre o resultado em contraste com a situação em jogo em que o resultado depende apenas de sorte ou do acaso. A preferência sobre o risco moderado reflete a autoconfiança do empreendedor que se comporta com o pé no chão;
- ✓ Autoconfiança: uma pessoa que está segura em suas próprias decisões e ações, o que geralmente pode ser aplicado em situações ou atividades específicas. Os empreendedores com autoconfiança enfrentam os desafios que os rodeiam com total domínio sobre as situações que enfrentam. Os empreendedores de sucesso enxergam os problemas relacionados a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superá-los.

É importante esclarecer que o empreendedor não pode ser confundido com um administrador, por causa de suas similaridades e diferenças. Mas Dornelas (2001) ressalta que: “[...] para ser um empreendedor é necessário ser um bom administrador.” Contudo, ser um bom administrador não é garantia de ser empreendedor, pois para isso é necessário além de possuir habilidades gerenciais, ousar, criar, ter paixão pelo que faz, assumir riscos e transformar seu ambiente social e econômico.

A cada dia é crescente o número de pessoas que se arriscam em empreender novos negócios e os motivos são variados como o fato de estar desempregado, ter flexibilidade no horário de trabalho, ficar rico ou mesmo o fato de ter uma ideia. Elas reconhecem “o empreender” como uma maneira de ter liberdade, embora, seja necessário observar que empreender requer maiores responsabilidades.

Esse tipo de empreendedor pode ser caracterizado como empreendedor schumpeteriano como sendo um tipo de indivíduo que olha para as mudanças não apenas como ameaças, mas como oportunidades de negócios (LEITE, 2012). Além disso, Dolabela (2012) "[...] deixa claro que hoje se acredita que o empreendedor seja o "motor da economia" um agente de mudanças."

Todavia ter uma ideia e desenvolver um negócio não garante o sucesso do mesmo, é necessário mais do que isso. É imprescindível conhecer bem o mercado que se pretende investir, saber o que fazer e estar disposto a correr riscos, a inovar, pesquisar e adquirir conhecimentos constantemente. A decisão de abrir um empreendimento deve ser objetiva e clara.

A primeira decisão é a principal da qual dependerá todas as demais, o empreendedor precisa ter comprometimento com essa decisão para dar procedimento ás demais e enfrentar todos os desafios que normalmente aparecem e derrubar obstáculos que certamente não faltarão.

Pois o negócio pode fracassar e sendo esse um risco que pode eventualmente existir, pois depende de muitos fatores internos e externos, isto porém, não deve derrubar o orgulho pessoal, sacrificar os bens pessoais nem prejudicar a autoconfiança e a vontade de recomeçar tudo de novo. Tudo deve ser bem pensado e ponderado para garantir o máximo de sucesso e o mínimo de dissabores (CHIAVENATO, 2012, p. 18).

Para Drucker (1986) "[...] os indivíduos que são empreendedores, são capazes de criar algo novo e diferente, que provocam a mudança de valor. Eles veem a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente não provocam a mudança por si mesmos mas é isto que define o empreendedor e o empreendimento sempre estão buscando a mudança, reagem a ela e a exploram como sendo uma oportunidade. Para este autor o espírito empreendedor é uma característica distinta, seja de um indivíduo ou de uma organização". Sobre isso Dolabela (2012, p.15) revela que:

> Apesar de o perfil do empreendedor bem-sucedido ser quase uma caricatura, ele ilustra duas características importantes necessárias ao futuro empreendedor: primeiro não se conformar com o mundo e tentar adaptar o mundo a si; segundo, ter grande necessidade de realizar e disposição de assumir os riscos e fazer sacrifícios pessoais necessários para ter sucesso.

São variados as características e o perfil do empreendedor, ainda mais

diante de um contexto tecnológico e globalizado em que os processos e mudam constantemente e os consumidores se tornam mais exigentes. Nesse ambiente o empreendedor precisa ser uma pessoa criativa e ágil que se adapte às mudanças e transformações de modo rápido para continuar no mercado.

Considerando essa situação Dolabela (2012) apresenta os empreendedores voluntários "[...] que tem motivação para empreender e os involuntários que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade como é o caso de desempregados, imigrantes etc."

3.2 Os Desafios dos Empreendedores no Brasil

Com base nos dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2017, no Brasil a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) é formada por todos os indivíduos que estão envolvidos com uma atividade empreendedora em linhas gerais, sendo o conjunto dos empreendedores iniciais e estabelecidos.

Dornelas (2008, p. 10) ressalta sobre o empreendedorismo no Brasil afirmando que "[...] começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportações de Softwares) foram criadas." Todo e qualquer microempreendedor individual que queira ser formal, ou seja, existir legalmente perante a sociedade deverá passar por várias etapas para a realização de sua formalidade.

No Portal do Sebrae, publicações (2020) explica todos os passos a serem seguidos facilitando o entendimento e acesso a formalização. Mas antes de se cadastrar o microempreendedor individual deverá informar-se sobre alguns pontos que deverão ser seguidos:

- ✓ Se cumpriu todos os critérios exigidos na regra do MEI. Conferir o que a Lei Complementar nº 128/2008 dispõe;
- ✓ Procurar a prefeitura e informa-se sobre as regras da nova atividade e/ou do endereço;
- ✓ Verificar as atividades permitidas para o MEI;
- ✓ Ter um faturamento anual de R$ 81.000,00, de janeiro a dezembro.

Depois de verificar todas as regras e se estiver tudo certo, deve-se acessar o site www.portaldoempreendedor.gov.br para preencher com suas informações

cadastrais no formulário, e seguir os seguintes passos do site do SEBRAE:

- ✓ Inserir o número do CPF e a data de nascimento;
- ✓ Inserir o número do Título de eleitor ou o número recebido da declaração de imposto de renda dos últimos dois anos;
- ✓ Digite os caracteres solicitados;
- ✓ Preencher os formulários com os dados solicitados;
- ✓ O indivíduo recebera um SMS no celular cadastrado, que será utilizado para confirmar o processo de abertura;
- ✓ Inserir o código recebido e confirmar a inscrição.

O Sebrae é uma instituição renomada sendo a principal organização no sentido de dar apoio e consultoria as pessoas que pretendem abrir o seu empreendimento, seja através de informações, treinamentos ou assessorando na parte de documentação. Podendo ser encontrado tanto na forma virtual em seu site na internet ou na forma presencial estando presente na maioria dos municípios brasileiros. No quadro abaixo são demonstradas as principais vantagens e desvantagens de ter um negócio formalizado.

Quadro 1 – Principais Vantagens e Desvantagens da formalização

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Cobertura Previdenciária para o empreendedor e sua família com contribuição mensal de 5% do salário mínimo hoje R$ 46,85;	Gasto alto para fechar ou alterar despesas da empresa.
Poder registrar até 1 empregado;	Limitação de funcionários; e Aposentadoria limitada.
Responsabilidade única por ano com exposição de documento faturamento;	Serviços financeiros pagos; e Expansão limitada.
Obtenção de créditos junto aos Bancos, principalmente Bancos Públicos; Controles simplificados (sem necessidade de contabilidade formal).	Impostos fixos.

Fonte: Adaptado de César Et al., (2012, p.7).

O quadro mostra que algumas vantagens de ser um empreendedor formal e suas desvantagens. No entanto, percebe-se que diante de um ambiente de incertezas é bem melhor ter uma estabilidade com um negócio formal e regularizado, embora tenha que cumprir com o pagamento de impostos e seja submetido a limitações na quantidade de colaboradores, sendo um empreendedor MEI. Do que estar na informalidade sem nenhum benefício previdenciário e mantendo um negócio instável, sujeito a penalidades legais e sem nenhum tipo de controle.

3.3 Aspectos Relevantes da Gestão de MPE´s de Chapadinha-MA

Segundo o Sebrae (2019), no ano de 2006 foi criada a Lei Complementar n. 123/2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte)**,** também conhecida como “Simples Nacional” que tem como objetivo incentivar a regulamentação das empresas que trabalham na informalidade e unificar a arrecadação dos tributos e contribuições nas esferas dos governos federal, estadual e municipal para as Microempresas (MEI) e Empresas de Pequeno Porte (EPP).

O porte de uma empresa pode ser definido com base no seu faturamento anual, tipo de atividade e número de empregados. E a sigla MPE representa as empresas de micro, pequeno e médio porte. E atualmente esse tipo de empresa corresponde a 27% do PIB nacional e a tendência é que esse tipo de negócio cresça cada vez mais (SEBRAE, 2019).

O presidente do Sebrae Carlos Melles ressalta que o empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil nos últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas a participação delas na economia. Essas empresas têm como principal característica ser responsáveis pela geração de riqueza no setor de comércio do país. Conforme os dados do Sebrae elas correspondem aos os seguintes dados estatísticos:

> Respondem por 53,4% do PIB deste setor. No PIB da Indústria, a participação das micro e pequenas (22,5%) já se aproxima das médias empresas com (24,5%). E no setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) têm origem nos pequenos negócios. (SEBRAE, 2019).

A maioria dos novos empreendimentos do país tanto são constituídos pelos jovens como são gerenciados devido a sua criatividade de inovação. À medida que sabe perceber as oportunidades e aproveitá-las. Desse modo confirma o que descreve os dados do Sebrae (2018), sendo a maioria dos novos empreendedores jovens.

Gomes Et al., (2017, p. 4) a respeito dos gestores das MPEs que:

> [...] os gestores das MPEs têm uma preocupação ainda maior para a procura de informações confiáveis e que torne o processo de tomada de decisão mais seguro, para assim alcançar seu objetivo maior que é a maximização de sua riqueza.

No Maranhão 69% das empresas de Micro e Pequeno Porte (MPP) são

empresas familiares, ou seja, que tem como sócios ou empregados parentes. Ainda de acordo com pesquisa do Sebrae (2018), esta é a maior proporção de empresas familiares do país, a frente de Santa Catarina que ficou em segundo lugar com 68% e do Espírito Santo que ficou com o terceiro lugar com 64%. De acordo com as informações presentes no Relatório Especial Empresa Familiares II, produzido pelo Sebrae Nacional.

Uma empresa familiar é caracterizada por ser administrada por sócios, de uma mesma família ou mais de uma família, em que a forma de administração da organização é societária, porém ela permanece pertencendo aos seus fundadores ou seus descendentes. Já a empresa multifamiliar, pelo contrário, é composta por duas ou mais famílias de diferentes origens, que mesmo havendo afinidade ou complementaridade profissional apresentada em sua constituição diferenciada (PASSOS Et al., 2006).

O empreendedorismo tem se destacado cada vez mais no município de Chapadinha-MA, isso acontece devido a boa localização do município e a sua estrutura, a qual apresenta aspectos relevantes que favorece o avanço do setor de comércio. Fazendo com que muitas pessoas busquem abrir o seu empreendimento uma decisão arriscada que implica em uma oportunidade de crescimento profissional quanto pessoal na vida do empreendedor.

Segundo o estudo de Abreu; Sousa; Lima (2018), em Chapadinha a maioria dos empreendimentos desse modelo MPE são organizações familiares e que 60% dos administradores/gerente das micro e pequenas empresas são do sexo masculino e 40% do sexo feminino que em relação ao nível de escolaridade vinte por cento (20%) tem ensino básico completo, 20% ensino secundário e sessenta por cento (60%) possuem graduação. Esse dado evidencia que nos últimos anos os empreendedores estão buscando uma maior capacitação entendendo a importância da capacitação para uma boa gestão empresarial.

Em relação a atividade que exercia antes de constituir a empresa a quantidade apresentada em porcentagem foi que 60% dos empresários eram funcionários de empresas privadas e 40% pessoas que exerciam funções autônomas.

O SEBRAE/MA, sobre as taxas de mortalidade das empresas maranhenses aponta que 31,6% eram pessoas que exerciam cargos anteriores de autônomos e 26,3% funcionários de empresas privadas (SANTOS; ARAÚJO; COSTA, 2018).

Assim como no cenário nacional, em Chapadinha não é diferente, pois o principal motivo que leva os empreendedores a abrir sua empresa é o desemprego. Ou seja, empreendedorismo por necessidade. Além disso, a maioria desses empreendedores são a princípio inexperientes não tendo recebido nenhum tipo de orientação especializada para abrir suas empresas.

Segundo Chiavenato (2010) o treinamento é considerado um meio de "Desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosas." Assim, o treinamento é uma fonte de lucratividade ao permitir que as pessoas contribuam efetivamente para os resultados do negócio.

Cada empreendedor tem as suas próprias características e maneira de pensar, pois cada pessoa pensa diferente e tem ideia que podem fazer surgir várias formas de empreender. Para Hisrich; Peters; Shepherd (2014, p. 7), "Um empreendedor em determinada situação pode raciocinar de modo diferente do que quando está realizando outra atividade ou quando está em um ambiente de decisões."

Essa é uma das principais características do perfil empreendedor uma pessoa disposta a assumir riscos podendo vir a ser até um desafio para algumas pessoas empreender, afinal sempre chegará o momento em que ele terá que agir como administrador e tomar decisões e fazer escolhas para manter o negócio funcionando, cabe ao empreendedor saber lidar com situações e "situações", pois o futuro da empresa depende sempre de decisões, assim muitas delas acarretam em riscos para a empresa, parte então para a observação e estudos das ameaças e oportunidades.

Para Chiavenato (2004), "[...] espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos o impulso de talentos a dinâmica de ideias. Mais ainda ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas antes que outros aventureiros o façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente".

Dornelas (2008), "[...] explica ser comum muitas vezes os empreendedores serem frequentemente confundidos como gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações

desenvolvidas na organização, porém muitas vezes a serviço do sistema capitalista".

Já na metade do século XX estabeleceu-se a noção do empreendedor como inovador, ou seja, aquele indivíduo que além da capacidade de criar e de conceitualizar, tem também a capacidade de inovar em produtos e serviços buscando a satisfação dos clientes de forma criativa e satisfatória. Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio (SEBRAE, 2007, p. 2).

Hoje os empreendedores estão cada vez mais engajados em manter os seus clientes desta maneira procuram sempre estar atentos às mudanças do mercado e às inovações para não ficar para trás em relação aos seus concorrentes, ainda mais diante do nível de competitividade presente atualmente, onde a cada dia novos negócios são abertos em todo o mundo.

Assim Camargo; Farah (2010, p. 22), apontam que:

> O empreendedorismo está ligado a satisfação das necessidades com a disposição para enfrentar crises, explorando oportunidades e curiosidades com inovação e criatividade. "O termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para a realização de um negócio ou para a introdução de uma inovação de gestão numa organização já estruturada".

Ao avaliar as necessidades diárias da organização, a presença de empresários torna-se cada vez mais importante para a organização A criatividade de um trabalho de alta eficiência, a inserção de novas possibilidades, a criação de novos postos de trabalho, fazem a empresa possuir o centro criativo espontâneo oferece soluções rápidas, contínuas e práticas para essas organizações.

Embora a gestão de uma micro ou pequena empresa pareça ser bem simples, isso não é verdade, a única diferença para as empresas grandes está relacionada a baixa burocracia, redução dos impostos e facilidade de comunicação. Mas no entanto, esses empreendedores precisam estar bem atentos ao mercado para estar sempre inovando e melhorando e ser um diferencial para os seus consumidores.

3.4 O Retrato do Comércio Informal

No Brasil, o retrato da informalidade pode ser visualizado ao se encontrar nas ruas das cidades vendedores ambulantes, pequenos comércios, lojinhas de

roupas entre outros. Esse fenômeno é chamado comércio informal e vem crescendo a cada dia mais e mais.

A informalidade já é uma realidade presente em todas as cidades brasileiras. De acordo com dados de uma pesquisa produzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), somente 8,8% da economia informal é praticada nas ruas sendo a maior parte dessas atividades desenvolvidas em residências (27,3%) e na casa do cliente (27,5%).

Segundo informações da Organização Internacional do Trabalho (OIT), no início do século XXI existiam mais de 300 milhões de trabalhadores informais no mundo sendo que mais de 10% do total desempenham atividades no Brasil.

Segundo Magalhães (2018, p. 10) "[...] a informalidade retarda a capacidade dos empresários de gerarem capital produtivo, detendo, consequentemente, o desenvolvimento do país." E ainda a respeito do tema Capasso; Jappelli (2013) contribuem através de seus estudos os quais comprovaram que: "[...] as regiões com setor financeiro mais desenvolvido são aquelas que apresentam menores índices de informalidade."

Sousa Filho (2018), informa que a principal questão que deve ser analisada quando se trata da informalidade seria considerar que:

> O ponto de partida de exame e classificação do trabalho informal da OIT é a unidade econômica, caracterizada pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade de acumulação de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas.

Braga (2006, p. 16), referente ao setor informal acredita que "Com o incremento dos níveis de desemprego e a elevação do tempo médio de procura por trabalho, verifica-se a perda de mobilidade dos indivíduos entre as situações ocupacionais no setor formal." Segundo Maranho (1987, p. 113), os trabalhadores informais estão diretamente envolvidos nos meios de produção.

> As atividades informais devem ser entendidas como o conjunto de formas de organização da produção em que o assalariamento não consiste em fator preponderante na manutenção do processo produtivo; o proprietário dos meios de produção se insere diretamente na produção, podendo fazer uso do trabalho familiar ou mesmo do assalariado, que não seriam determinantes para a manutenção das atividades.

Mesmo em um contexto mais favorável a reorganização do trabalho assalariado e a ampla incorporação da força de trabalho nas atividades por conta-própria acabaram acentuando as desigualdades regionais fator preponderante para o aumento do comércio informal.

Segundo Braga (2006, p. 16), o setor informal é entretanto, suficientemente "[...] heterogêneo para ser composto também por atividades que geram boas oportunidades econômicas, algumas delas permitindo até mesmo altas rendas frente às ocupações formais."

Quando o assunto é a informalidade, segundo Chicarelli (2009, p. 1), logo se pensa que os trabalhadores informais em sua maioria são:

> Artistas, cabelereiros ou camelos, vendedores ambulantes que se alojam nas ruas, vendendo desde artesanato, comida até produtos importados, CD e DVD piratas, mas a informalidade também está presente em diversos outros setores se considerarmos algumas empresas sem condição de assumir com todos os encargo, não assinam a carteira de trabalho de seus funcionários. E na mesma condição, citamos empregados domésticos, professores particulares, músicos, taxistas, etc.

Perante o grande número de pessoas trabalhando na informalidade o país também perde em suas arrecadações. É, portanto, um grande desafio proporcionar aos trabalhadores informais uma forma de tornar seu trabalho formal. Deste modo, buscou-se através de projetos de Lei e programas oportuniza-se menor custo possível com burocracia funcional simplificada.

Paixão Junior (2016), afirma que o mercado informal se tornou uma prática cada vez mais frequente e visível no cenário das cidades dos países subdesenvolvidos, isso revela uma relação entre o fenômeno do trabalho informal e às condições socioeconômicas pelas quais são sustentados os sistemas econômicos vigentes.

Com isso, pode-se dizer de acordo com os estudos de Cacciamali (2011), que a informalidade é gerada pelo desemprego e a falta de políticas públicas que beneficiassem as classes menos favorecidas da sociedade, o alto nível de migração do campo para a cidade, as desigualdades salariais, e com tudo isso as pessoas se veem forçadas a participar da informalidade para gerar alguma forma de renda para sua sobrevivência.

Almeida; Carmo; Silva (2013, p. 418) demostra que a escolha por essa atividade informal é uma busca por um sustento familiar, que pode trazer alguns

benefícios, destaca-se:

> O trabalho informal se tornou uma alternativa, que pode até agradar ao trabalhador por algumas vantagens, como fazer seu próprio horário de trabalho, não estar sob a pressão de um patrão e a possibilidade de se conseguir uma remuneração maior do que com um trabalho formal onde também teria que seguir as regras do empregador e um horário determinado. Eleva até sua autoestima, porque ele pode dizer que tem um emprego.

Já com relação à questão das políticas públicas o governo deveria no atual contexto, desenvolver um cenário propício para a industrialização, onde haveria assim a absorção da mão-de-obra de forma natural pelo mercado de trabalho ou auxiliar essas pessoas que vivem no setor informal, criando benefícios que sejam capazes de modificar as suas concepções e assim venham a se formalizarem.

3.5 Planejamento Estratégico, Financeiro e Orçamentário

O planejamento teve seu nascimento dentro da administração científica, com o “Gráfico de Gantt”, em 1917 e 1918 (DRUCKER, 2002, p. 200).

Depois de mais de cem anos de pesquisa o plano foi influenciado por diferentes campos do conhecimento, atualmente, possui diversas definições de autores e obras. Em relação ao planejamento, um dos principais autores da modernidade é Mintzberg (2004, p. 22), que define o planejamento como "o simples ato de pensar no futuro", ou "considere apenas o futuro."

Portanto, o planejamento é uma ferramenta que proporciona benéficos a longo prazo. É uma tentativa de controlar o futuro da organização. Algumas palavras podem dar significado ao planejamento, sendo essas: “pensar, criar, moldar” (PEREIRA, 2010, p. 44).

Outro autor apresenta o planejamento como:

> Planejamento é algo que fazemos antes de agir, isto é, tomada antecipada de decisão. É um processo de decidir o que fazer e como fazê-lo, antes que se requeira uma ação. Planejamento é necessário quando a consecução do estado futuro que desejamos envolve um conjunto de decisões interdependentes, isto é, um sistema de decisão. A principal complexidade do planejamento, porém, advém mais do inter-relacionamento das decisões do que delas em si. (ACKOFF, 1982, p. 2-3 apud SOBREIRA NETO; HOURNEAUX JUNIOR; POLO, 2006, p. 152).

Diante disso o Planejamento Estratégico é de grande relevância dentro das

empresas e principalmente nos seus primeiros passos como é o caso das MPE, pois é fundamental para o crescimento e desenvolvimento da mesma. Possibilita decisões seguras, resultados eficaz e mais benefícios.

Dessa forma alguns autores apresentam o Planejamento Estratégico de acordo com sua percepção de análise e estudo:

> a) O processo de Planejamento Estratégico se constitui em uma ferramenta organizacional que serve de apoio para a tomada de decisão e para a interpretação do ambiente em que a organização está inserida. (KICH; PEREIRA, 2011, p. 1046). b) O Planejamento Estratégico pode ser explicado por diferentes práticas que constituem e buscam as formas de definição da estratégia, as práticas de apoio à estratégia e o modelo preponderante de Planejamento Estratégico. (BULGACOV; SANTOS; MAY, 2012, p. 915). c) Planejamento Estratégico é um processo que consiste na análise sistemática dos pontos fortes (competências) e fracos (incompetências ou possibilidades de melhorias) da organização, e das oportunidades e ameaças do ambiente externo, com o objetivo de formular (formar) estratégias e ações estratégicas com o intuito de aumentar a competitividade e seu grau de resolutividade. (PEREIRA, 2010, p. 47). d) Define os objetos, direciona esforços e recursos e dá um rumo ao empreendimento, o que nada tem a ver com previsão ou com futuro garantido, até pela dinâmica, volatilidade e complexidade do contexto empresarial. (BERNARDI, 2008, p. 5).

O planejamento estratégico é um elemento fundamental para qualquer negócio, independentemente de seu tamanho ou porte, Krakauer; Fischmann; Almeida (2010), afirmam que as empresas que não realizam planejamento estratégico têm mais facilidade de não obter crescimento e fracassar, além disso segundo os autores, o planejamento estratégico deve ser um processo continuo e não casualmente.

O planejamento estratégico trata-se de uma ferramenta administrativa ou metodologia utilizada pela empresa para dar direcionamento estratégico em conformidade com o ambiente organizacional. E as organizações que fazem o planejamento estratégico têm mais chances de sobrevivência.

Segundo alguns autores, as empresas de grande porte são mais preocupadas com o planejamento estratégico do que as empresas pequenas e de médio porte (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

Ainda mais diante das exigências do mercado no contexto atual dos negócios e do crescimento da concorrência. Desse modo Krakauer; Fischmann; Almeida (2010, p. 4), acrescentam que:

> O planejamento estratégico é uma técnica que pode direcionar estrategicamente PMEs, auxiliando os proprietários e gestores a entender o seu ambiente, fortalecendo pontos fortes e diminuindo riscos, possibilitando que essas empresas tomem decisões mais assertivas e estejam mais

preparadas para o futuro.

Muitas empresas sentem dificuldades em se preparar a longo prazo para lidar com os desafios do negócio e acabam sendo pegos de surpresa diante do aparecimento de algum problema.

Compreende-se o planejamento estratégico como sendo uma visão do futuro, ou seja, envolve um planejamento detalhado e antecipado do que vem no futuro do empreendimento. É uma ferramenta de gestão que proporciona a análise do ambiente e do futuro possibilitando que a empresa aproveite as oportunidades fortalecendo os pontos fortes e diminuindo os riscos.

No Brasil a maioria das pequenas e médias empresas não tem o costume de elaborar o planejamento estratégico, Dornelas (2008) destaca que: “[...] isso é um fator negativo para o sucesso diante de um ambiente globalizado atual.” Em que a todo instante surgem novos tipos de negócios inovadores, em que para se sobressair é necessário estar sempre atualizado e preparado para superar desafios.

Os negócios hoje não são mais cíclicos, são acíclicos, pois sofrem transformações constantemente não podem seguir sempre a mesma rotina tradicional de apenas vender os produtos de qualquer maneira porque os consumidores são mais exigentes.

Algumas das características das pequenas e médias empresas são relevantes e contribuem para que elas não se esforcem em fazer um planejamento estratégico, tais como: limitações de recursos, de mão-de obra, acesso restritos de informações do ambiente, tomada de decisão centralizada, em poucas pessoas, com forte atuação do dono da empresa, estrutura simples, dentre outras, que influenciam a gestão da empresa (ALMEIDA; MOREIRA JUNIOR, 2004; FISCHMANN; ALMEIDA, 2009).

Porém Krakauer; Fischmann; Almeida (2010, p. 7) alertam que: “Apenas se preocupar com o dia-a-dia e com atividades operacionais ou elaborar planos táticos ocasionais, não é suficiente para garantir a sobrevivência dessas empresas.” Os autores demonstram ser necessário haver uma mudança de pensamento e de atitude para que essas empresas de micro e pequeno porte possam obter melhor destaque no mercado.

O planejamento estratégico é uma das ferramentas essenciais para fazer os ajustes que a empresa precisa diante de um determinado problema (TEIXEIRA;

ALONSO, 2014) é dessa maneira que uma organização consegue se preparar quando estiver diante de uma ameaça e percebe as oportunidades, por isso é interessante implementar essa ferramenta de gestão.

Nesse aspecto Texeira; Alonso (2014, p. 5) explicam que:

> O planejamento estratégico enfoca as medidas positivas que uma empresa pode tomar em relação ao ambiente em que ela esteja inserida, através da análise interna e externa deste ambiente, a fim de identificar seus pontos fortes e fracos de um lado, e por outro, identificar as ameaças e oportunidades.

Mesmo que o número de pequenas e médias empresas tenha avançado nos últimos anos, isso não significa prosperidade diante do alto índice de mortalidade das mesmas, antes de completar os seus 5 anos. Isso devido ao despreparo em relação à gestão, ao planejamento e o controle do negócio.

O planejamento envolve diversas áreas, como planejamento do mercado, planejamento das estratégias de marketing, planejamento financeiro, planejamento de recursos pessoais e materiais, dentre outros que compõem o planejamento estratégico.

Os gestores desses empreendimentos não se interessam muito em obter informações de mercado e nem tem muito conhecimento sobre métodos ou ferramentas de gestão em sua maioria. O contrário das grandes empresas que possuem um acesso maior e mais fácil às informações gerenciais, além de disporem de profissionais mais preparados e setores específicos para cada área, toda essa estrutura faz com que estejam mais bem instrumentalizados e preparados com apoio estratégico.

> Nas pequenas empresas, na maioria dos casos, se direciona a atenção para o atendimento a uma série de eventos que dizem respeito somente ao cotidiano, pois além do aspecto multifuncional verificado entre os seus profissionais, destaca-se ainda o fato do processo de gestão ficar a cargo dos sócios-proprietários. (SILVA, 2007, p. 38).

Para Cezarino; Campomar (2007, p. 4) as pequenas empresas devem focar em “[...] seus recursos principais e em suas metas, e isso pode ser considerado um diferencial, para continuar prosperando e evitar problemas estruturais.” Ainda mais nesse período onde as organizações passam por um período de adaptação às novas regras de competitividade do mercado.

Meirelles (2003, p. 40) complementa citando que estratégia é a criação de uma “[...] posição competitiva exclusiva e valiosa, envolvendo um conjunto diferente e compatível de atividades, é exercer opções excludentes na competição, é escolher o que fazer, mas fundamentalmente o que não fazer.” Portanto é necessário ser criterioso na tomada de decisões para evitar desperdício de recursos financeiros e enxergar as oportunidades.

Segundo Santos; Alves; Almeida (2007, p. 63-64) existem duas posturas estratégicas que podem ser seguidas pelas pequenas organizações para garantir a permanência de suas atividades.

> Essas posturas são influenciadas pela propensão do dirigente e são classificadas em dois tipos de postura estratégica: empreendedora e conservadora. A primeira caracteriza-se pela constante inovação de produtos e tecnologia, orienta-se por uma posição competitiva agressiva e por uma destemida inclinação a correr riscos. Em direção oposta, a postura conservadora caracteriza-se por uma mínima inclinação à inovação, uma cuidadosa postura competitiva e uma tímida disposição para assumir riscos.

Sendo mais apropriado utilizar as duas de modo balanceado diante do ambiente tecnológico atual repleto de inovações o tempo todo. E a tendência é avançar cada vez mais, estar atento e ser diferenciado é um ponto chave para continuar competindo.

Contudo, Gimenez Et al., (1999, p. 62) alertam para o fato de que:

> Assim como na literatura dedicada às grandes empresas, os estudos analisados revelam uma abordagem fragmentada do processo de formação de estratégia em pequenas empresas. A maioria deles utiliza conceitos pouco abrangentes no estudo do conteúdo das estratégias.

Isso porque alguns pesquisadores se importam apenas em estudar o processo de evolução dessas empresas e os aspectos positivos e não têm se preocupado em abordar também as dificuldades e desafios.

Alguns sabem da importância do planejamento estratégico, mas não sabem como implementar pela falta de conhecimento nesse aspecto ações poderiam ser estabelecidas para dar suporte a elas e até mesmo apoio através de consultoria. A exemplo, tem-se o Sebrae, um órgão importante de apoio das pequenas empresas em relação ao direcionamento dos negócios, porém poucas empresas têm procurado esse tipo de serviço de apoio.

Mesmo considerando que ele esteja presente em todo o Estado Nacional

brasileiro. Como afirma publicações do Sebrae (2020):

> Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae atua em todo o território nacional. Onde tem Brasil, tem Sebrae. Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com pontos de atendimento nas 27 Unidades da Federação, onde são oferecidos cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para pequenos negócios de todos os setores.

Portanto, seria interessante que além de novos estudos que incentivassem essas organizações de pequeno e médio porte a procurar apoio, fossem realizadas ações de divulgação em âmbito nacional sobre o papel do Sebrae a fim de que mais empresas buscassem esse serviço tão importante.

4 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

No Brasil o movimento do empreendedorismo começou a ser olhado por outro prisma sendo este a ferramenta que contribui para o desenvolvimento socioeconômico do país desde a década de 90. Não se falava em empreendedorismo e nem em abertura de novos negócios, por meio de pequenas empresas por não ter no país um ambiente político e econômico favorável ao assunto, e não dispunham de informações e apoio necessário sobre o empreendedorismo (DORNELAS, 2008).

A questão do empreendedorismo começa a surgir após a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que se desvincula da administração pública e transforma-se em uma instituição privada sem fins lucrativos e de utilidade pública.

A definição e o funcionamento de pequenas empresas estão estabelecidos pela Lei Complementar n. 123/2006, que institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

As empresas de receita bruta anual igual ou inferior a R$ 4,8 milhões seguem essa lei. Esse é o limite que define o que é uma empresa de pequeno porte, assim como regras tributárias para pessoas jurídicas desse porte como o regime do Simples Nacional.

No Brasil essas pequenas e médias empresas têm um papel bastante relevante no mercado por terem uma estrutura simples e de fácil manutenção e por outro lado por sua grande quantidade representam uma parte expressiva do PIB Nacional.

Porém, Martins (2007, p. 11) relata que:

> Algumas pessoas ainda desconhecem o peso e a importância que as micro e pequenas empresas tem em nosso país. Diversos estudos, realizados por centro de pesquisas, mostram que a maior parte dos empregos formais gerados no Brasil é proveniente desse segmento.

Segundo dados do IBGE, as pequenas e médias empresas têm crescido bastante no cenário nacional nos últimos anos, sendo o principal fator desse avanço o desemprego no país que tem levado as pessoas a empreender por necessidade e muitas dessas empresas só conseguem sobreviver no mercado até 10 anos, isso devido à falta de capacitação, treinamento e habilidade financeira ou conhecimento do mercado.

Aliado a isso, as micro e pequenas empresas normalmente apresentam uma série de limitações partindo-se do princípio de que muitas vezes a gestão dos negócios é conduzida de forma empírica sem um maior embasamento técnico. O mesmo ocorre com a busca e utilização das informações, embora muitas informações do ambiente externo da organização que seriam em grande parte úteis na gestão dos negócios, estejam disponíveis e até mesmo gratuitas normalmente sua utilização é muito restrita.

Freitas (1993, p. 27) afirma que “[...] não há gestão sem informação as empresas que ganharão a guerra econômica serão aquelas que tiverem ganhado a guerra da informação.” Com base nas informações do Sebrae é possível distinguir os três tipos de empresas e o seu enquadramento em cada tipo:

- ✓ A Microempresa é sociedade, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário devidamente registrados nos órgãos competentes que aufira em cada ano calendário. Tendo como receita igual ou inferior a R$ 360.000,00 por ano;
- ✓ Empresas de pequeno porte são as que suas receitas ultrapassam R$ 360.000,00 com limite de receita até R$ 4.800.000,00;
- ✓ O Micro empreendedor individual conforme nos dados do Sebrae é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional. O microempreendedor pode possuir um único empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa. Tendo como receita de R$ 81.000,00 ou inferior a esse valor.

Desta maneira pode-se compreender melhor todas as suas especificações e características e assim evitar confundi-las. Cabendo ao empresário escolher a que melhor condiz com os seus recursos financeiros e com modelo e o setor ao qual pretende empreender.

5 METODOLOGIA

A metodologia empregada nesse trabalho foi uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa de campo, realizada entre os dias 25 de novembro e 5 de dezembro de 2020, tendo como público alvo micro e empreendedores individuas já formalizados e alguns informais da cidade de Chapadinha-MA. O formulário apresentado demonstrava perguntas de caráter quantitativo e qualitativo de acordo com a iniciação e desenvolvimento do próprio negócio.

5.1 Tipo de Pesquisa

O presente estudo aborda o modelo de pesquisa exploratória que segundo Severino (2007) “[...] busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho mapeando as condições de manifestação desse objeto.” Entender a região e a população onde a pesquisa será realizada permite a escolha de metodologias e ferramentas de coletas e análise de dados e informações de modo correto, produtivo e eficaz.

No campo filosófico atinente ao nexo entre qualidade e quantidade, Gramsci (1995, p. 50) argumenta:

> Afirmar, portanto, que se quer trabalhar sobre a quantidade, que se quer desenvolver o aspecto “corpóreo” do real, não significa que se pretenda esquecer a “qualidade”, mas, ao contrário, que se deseja colocar o problema qualitativo da maneira mais concreta e realista, isto é, deseja-se desenvolver a qualidade pelo único modo no qual tal desenvolvimento é controlável e mensurável.

Portanto o método quanti-qualitativo é uma ferramenta indispensável dentro da pesquisa pois, além de entender melhor a perspectiva do grupo estudado compreende-se como cada empreendedor reage no mercado competitivo.

5.2 Universo e Amostra

Segundo Marconi; Lakatos; (2010) “Amostragem é a necessidade de escolher uma parte (ou amostra) representativa para investigar o fenômeno a ser estudado.” Diante disso a cidade de Chapadinha-MA foi o local estudado, onde apresenta um cenário econômico com muitas dificuldades e incertezas provocou e

provoca em um determinado grupo o desejo de empreender e poder conquistar a independência financeira. Com tudo o questionário foi aplicado e teve-se um feedbeck de 18 pessoas que responderam e comentaram seus passos a começarem seu próprio negócio.

A seguir são destacadas as figuras, onde na Figura 1, é representando o mapa da região de Chapadinha-MA, local onde a pesquisa foi aplicada e desenvolvida, e na Figura 2, parte do comércio na cidade.

Figura 1 – Região de Chapadinha-MA



Fonte: http://foguinhomidia.blogspot.com/ (2020).

Figura 2 – Comércio da região



Fonte: https://foguinhomidia.blogspot.com/2020/06/apos-novo-decreto-da-prefeitura-de.html (2020).

O grupo específico estudado foi o de pessoas da classe C que dispõe de recursos seja por meio de empréstimos ou economias próprias para realizar esse projeto. Portanto, por meio de uma pesquisa de campo e entrevista com esses novos empreendedores buscou-se entender melhor esse fenômeno local e identificar os principais meios para execução e formação do negócio.

5.3 Instrumentos de Coleta de Dados

O instrumento de coleta de dados dessa pesquisa é o questionário que segundo Marconi; Lakatos (1999, p. 100) “É um instrumento desenvolvido cientificamente, composto de um conjunto de perguntas ordenadas de acordo com um critério predeterminado, que deve ser respondido sem a presença do entrevistador.” O questionário foi realizado de forma mista com perguntas fechadas onde ele(a) teve que escolher uma resposta e perguntas abertas onde o entrevistado em questão também teve a oportunidade de responder as questões que por ventura ele acreditou ser necessário para imprimir sua percepção.

Diante disso, foi necessário a tabulação dos dados que foi feita por meio de porcentagem para melhor compreensão dos dados coletados, realizou-se a formação de gráficos para demonstrar como essa percepção é estabelecida. Segundo Crespo (2002) “Para a informação ou análise de um fato ou de uma ideia empregam-se tabelas e gráficos muitas vezes com valores percentuais.”

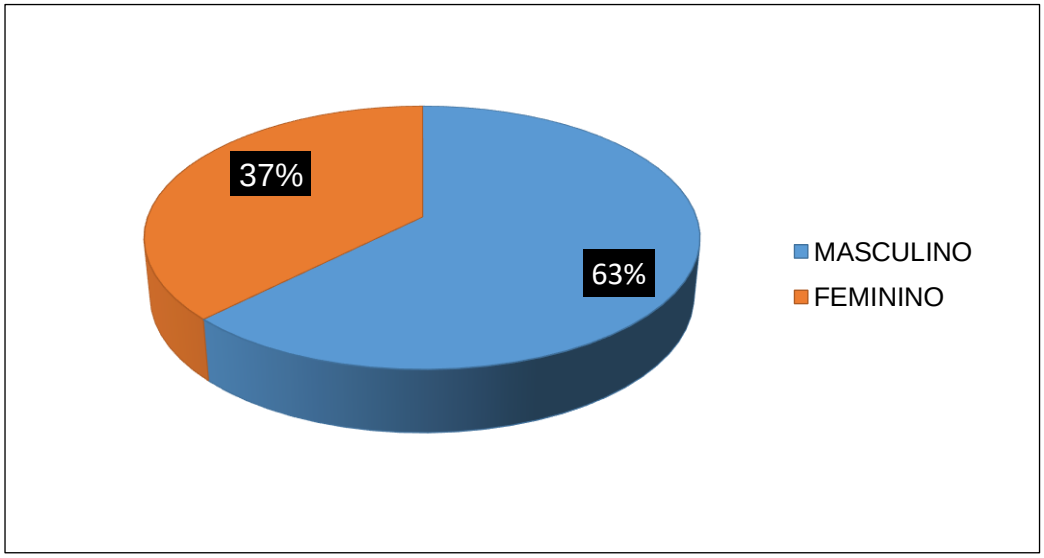
Curiosamente, o homem iniciou sua comunicação por meio de números e, posteriormente, passou a usar a escrita. Tabelas e gráficos fornecem informações rápidas e seguras sobre as variáveis em estudo, permitindo decisões administrativas e de ensino mais coerentes e científicas.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a aplicação de questionário direto aos empreendedores em Chapadinha-MA, foi possível identificar várias dúvidas referente ao meio empreendedor, como o gênero dos empresários, idade, nível de escolaridade, motivo de escolha do empreendedorismo com vida profissional, saber se foi elaborado um plano de negócio para dá início as atividades, qual tipo de oferta da empresa, saber se a empresa é formalizada, saber se a empresa é a única fonte de renda, saber a quanto tempo a empresa atua no mercado de Chapadinha-MA e saber qual o maior desafio enfrentado dentro da empresa.

Com base nos dados adquiridos na pesquisa os indicadores do Gráfico 1, apontam que os micros e pequenos empresários de Chapadinha-MA são representados por 63% (Sessenta e três por cento) pelo público masculino e 37% (Trinta e sete por cento) é representado pelas mulheres. É um número bem interessante que mostra que os homens estão com vantagens percentuais, porém, observa-se que o número de mulheres tem crescido bastante no meio do empreendedorismo.

Gráfico 1 – Gênero dos empresários



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

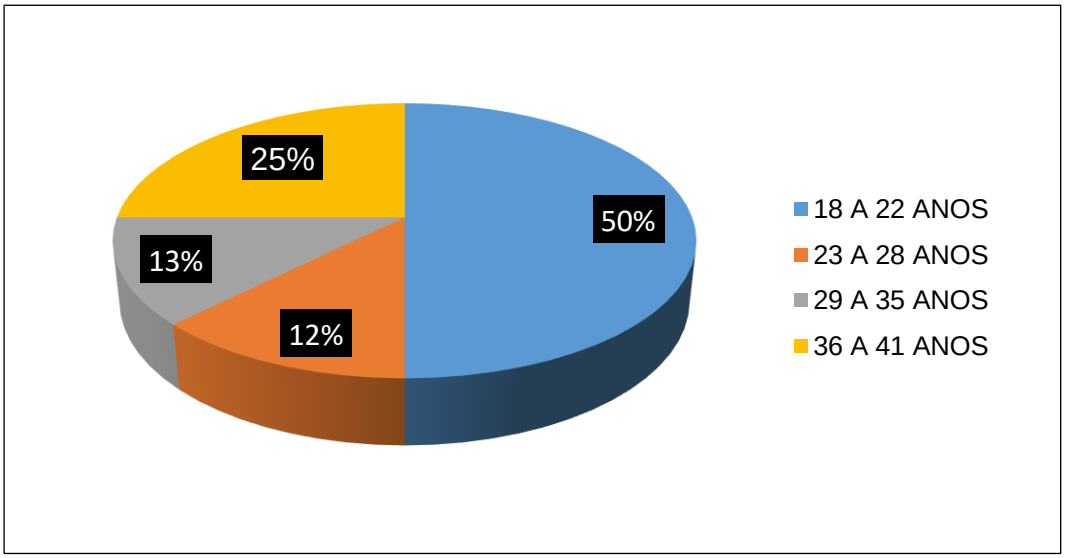
Com base na pesquisa do Sebrae (2015), o gênero dos empresários apresentam diferença de números de acordo com a áreas, como afirma abaixo:

A maior participação masculina é verificada no setor da construção (95%), e

> parece estar associada a questões tecnológicas, físicas e culturais. A participação relativa das mulheres (39%) é a maior encontrada, entre os quatro setores analisados. Essa participação cai para 34% no comércio, 33% na indústria e 5% na construção.

No Gráfico 2, é indicada a idade dos participantes, foi possível identificar que 50% (cinquenta por cento) dos micro e pequenos empreendedores estão entre idade de 18 a 22 anos, 12% (doze por cento) estão na idade de 23 a 28 anos, 13% (treze por cento) está representando pessoas de 29 a 35 anos de idade, e 25% (vinte e cinco por cento) representam as pessoas com idade de 36 a 41 anos de idade.

Gráfico 2 – Idade dos empresários



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os dados do gráfico mostram que os jovens estão liderando no percentual, representando os números da metade do resultado, e isso é visível no dia a dia, que as pessoas estão cada vez mais focadas em começar a empreender desde cedo.

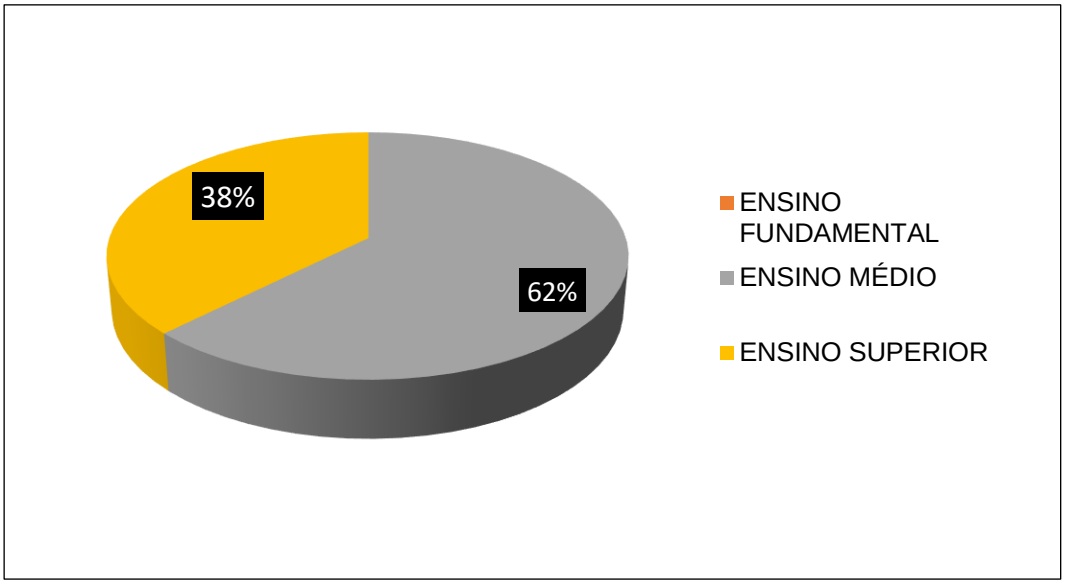
A pesquisa GEM Brasil (2017), mostra a faixa etária dos empreendedores brasileiros:

> Em 2017, no Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18–64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido.

No Gráfico 3, refere-se ao nível de escolaridade, os empreendedores entrevistados estão representando 62% (sessenta e dois por cento) de pessoas que concluíram o Ensino Médio, e 38% (trinta e oito por cento) é representado por pessoas

que concluíram o Ensino Superior.

Gráfico 3 – Nível de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

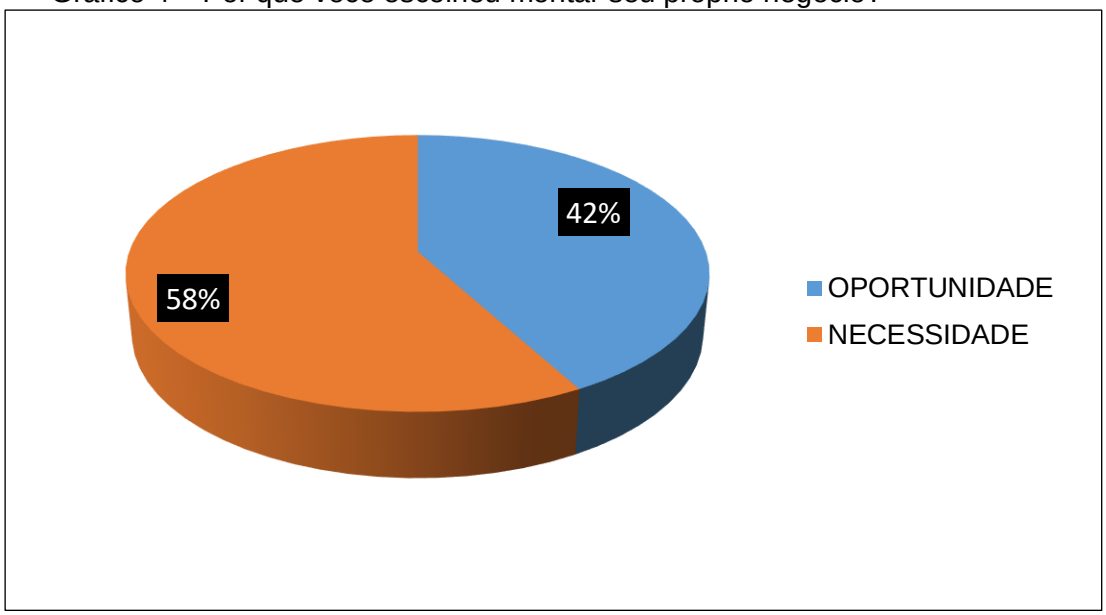
O nível de Ensino Médio representa a maioria das pessoas no meio empreendedorismo, segundo os entrevistados, é no final dessa etapa do Ensino Médio que muitas pessoas buscam por oportunidades de empregos e por não conseguirem optam por empreender e no decorrer do tempo vão se identificando nesse meio.

Segundo a pesquisa GEM (2017), indica a atitude empreendedora de acordo com o nível de escolaridade:

> Entre os empreendedores iniciais, chama a atenção que o grupo mais ativo de empreendedores é aquele composto por pessoas com apenas o ensino fundamental completo, 23,9% deles são empreendedores iniciais, quase 10 pontos percentuais a mais do que aqueles que possuem diploma de nível superior (14,3%).

No Gráfico 4, está representando os dados do motivo que levaram as pessoas terem iniciado seu negócio próprio, 58% (Cinquenta e oito por cento) dessas pessoas são representados por necessidade de empreender, e 42% (Quarenta e dois por cento) das pessoas são representado identificar o empreendedorismo como uma oportunidade.

Gráfico 4 – Por que você escolheu montar seu próprio negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

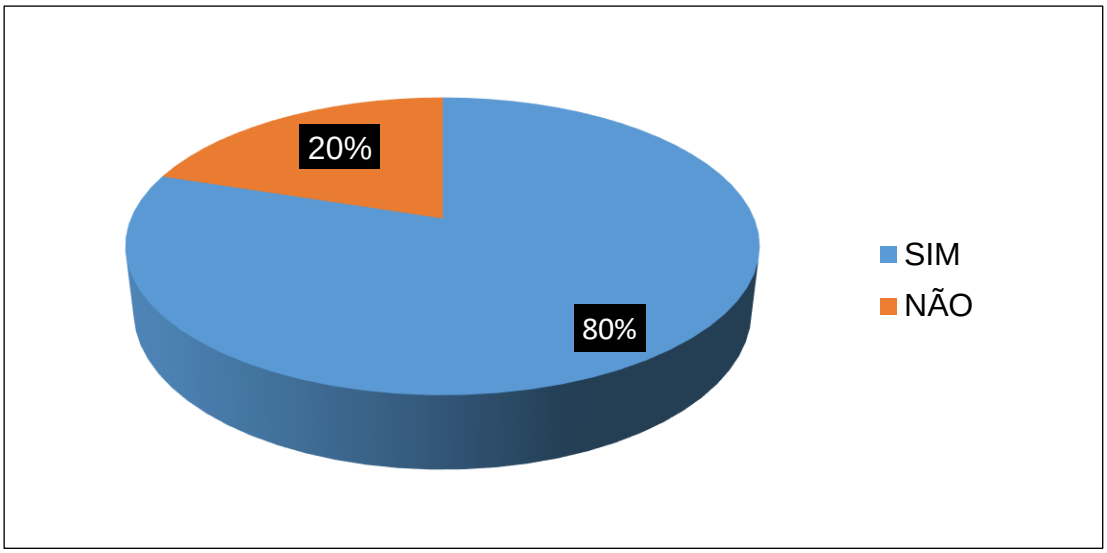
A pesquisa GEM Brasil (2017) mostra o motivo de empreender sobre dois fatores:

> Em 2017, se observou um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade. Em 2016, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi 1,5. Dito de outra forma, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade.

Esse cenário de necessidade é visível no dia a dia, é uma situação que envolve vários fatores, um dos fatores mais preponderantes é a falta de emprego, dentro desse meio as pessoas buscam outros caminhos, sendo um deles o empreendedorismo e muitas vezes é consequência de sucesso.

A questão que mostra no Gráfico 5, se refere em saber se os empreendedores fazem um plano de negócio antes de dá início nas atividades e 80% (Oitenta por cento) dos entrevistados responderem que sim, que fizeram o plano de negócio, 20% (Vinte por cento) responderam que não fizeram o plano de negócio.

Gráfico 5 – Quando você montou sua empresa, você fez um plano de negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os indicadores da pesquisa apontam que as pessoas estão cada vez mais preocupadas em planejar antes de empreender, podendo contar com o apoio de várias instituições que são disponibilizadas exclusivamente para empreendedores.

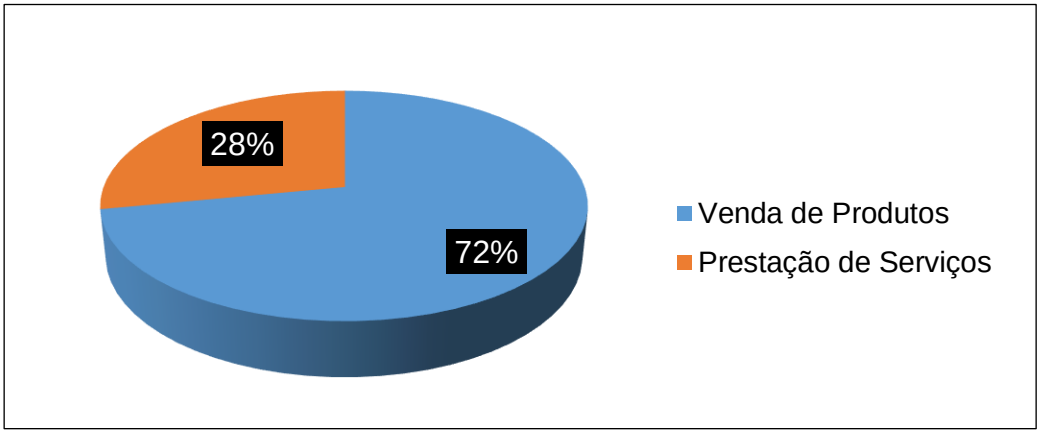
Isso se torna muito importante, pois é o momento em que o empreendedor irá destacar todos os pontos necessários para dá início as atividades, esse é um dos fatores que podem identificar se o empreendimento será viável ou não, tendo a probabilidade de evitar vários erros no meio do caminho. No site do SEBRAE (2017), ressalta a grande importância plano de negócio:

> À primeira vista, o plano de negócios pode parecer burocrático e cheio de detalhes. Mas depois de finalizado ele é capaz de materializar as suas ideias e mostrar um panorama geral do negócio que você deseja abrir. E é por isso que ele é tão importante.

De acordo com o Gráfico 6, é identificado qual o tipo de oferta que as empresas estão atuando, 72% das empresas estão oferecendo venda de produtos, e 28% representa a empresas de prestação de serviços.

É visível o crescente número de lojas com oferta de produtos, pode-se notar esses números crescendo cada vez mais, mostrando inovações em seus produtos e serviços, seja de qual for o segmento.

Gráfico 6 – Qual o tipo de oferta da sua empresa?



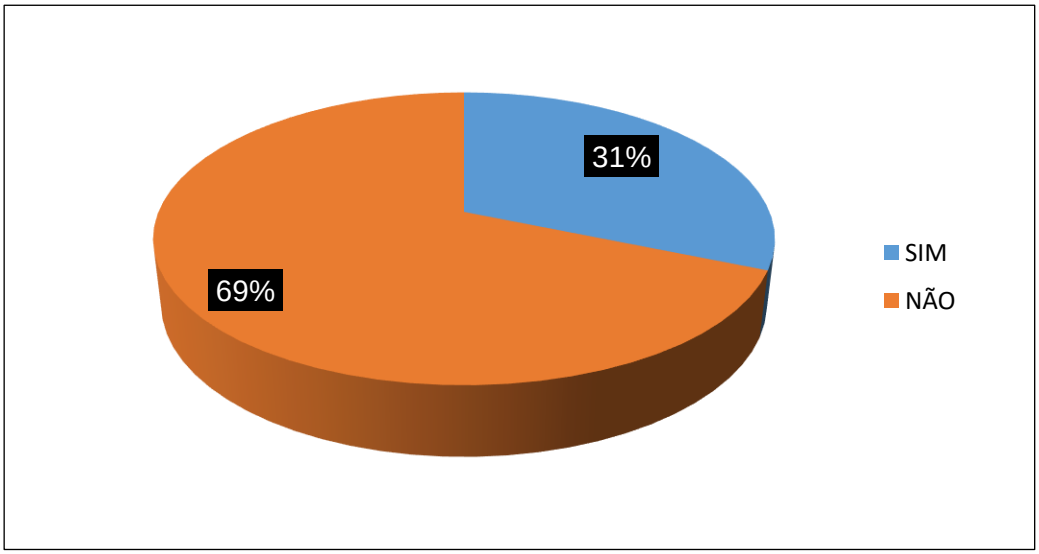
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Segundo a pesquisa do SEBRAE (2015), o empreendedorismo está dividido em vários segmentos, afirmando que:

> Verifica-se por aquela base de dados que, no Brasil, em 2013, havia cerca de 6,1 milhões de empresários que trabalhavam explorando o próprio empreendimento, dos quais 43% estão no setor de serviços, 41% no comércio, 11% na indústria e 6% na construção. Entre 2009 e 2013, o número de empresários cresceu 19%, passando de 5,1 milhões para 6,1 milhões de pessoas.

A seguinte pergunta representada no Gráfico 7, se refere a forma que as empresas se encontram, se estão com todos os registros ou está trabalhando informalmente. 69%(sessenta e nove por cento) dos empreendedores responderam não, 31% (trinta e um por cento) responderam sim.

Gráfico 7 – Sua empresa é formalizada?



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

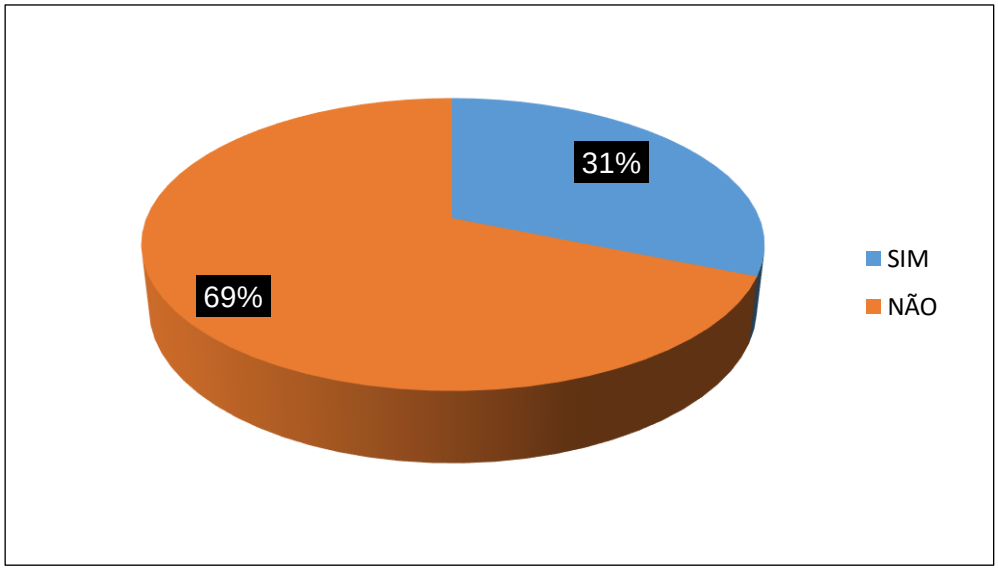
De acordo com os dados da pesquisa afirma-se que a informalidade está presente na maioria das empresas. Segundo os entrevistados uma das causa disso, é alta burocracia para se formalizar, falta de recursos financeiros e apontam algumas desvantagens.

Santos, Araújo e Costa (2018) fazem as seguintes afirmações sobre a informalidade no tempo atual, “Por tanto, pode-se concluir, que o fenômeno do comércio informal teve início nas grandes cidades, mas que atualmente, já é uma realidade das médias, e pequenas cidades, vem se desenvolvendo cada vez mais durante o tempo”.

Diferente dos demais entrevistados, a minoria que são empresas formalizadas, destacaram que há muitos vantagens para se formalizar, e garantem que os empreendedores que não são formalizados, precisam de seguir o meio de buscar auxílio com instituições voltadas para apoio para empresas.

Os dados do Gráfico 8, demonstram se o entrevistado tem alguma outra fonte de renda, além da empresa. 69% (sessenta e nove por cento) das pessoas responderam que não, 31% (trinta e um por cento) representam as pessoas que sim. Os entrevistados que representam a maior parte do percentual afirmou que existem outras fontes de renda além de sua empresa, isso significa que para empreender não precisa estar desempregado, isso vai muito além de tem uma visão empreendedora.

Gráfico 8 – Sua empresa é sua única fonte de renda?

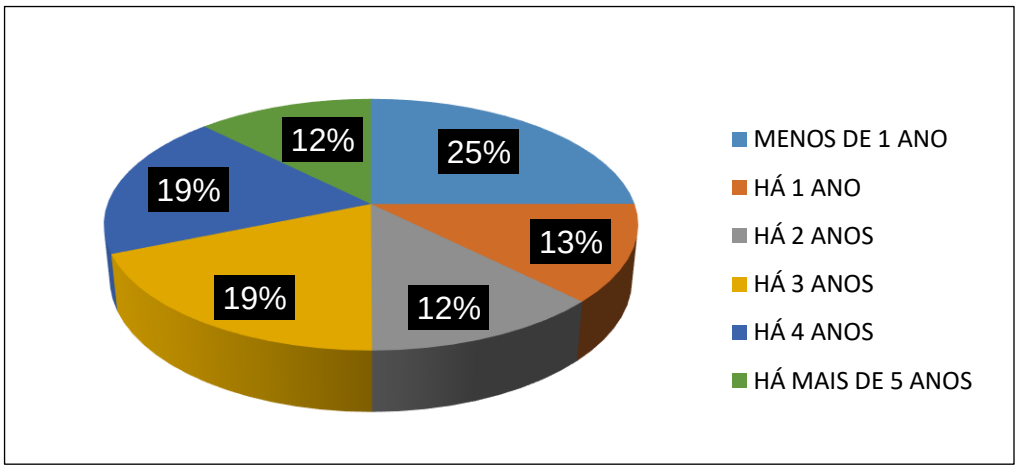


Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Vale ressaltar que as pessoas que não tem outra fonte de renda, optaram por empreender e alguns afirmam quem no decorrer dos tempos, desenvolveram o seu espirito empreendedor, fazendo assim um negócio de sucesso.

De acordo com os dados do Gráfico 9, dentro da questão de saber há quantos anos a empresa está atuando em Chapadinha-MA, e que 25% (Vinte e Cinco por cento) representa a atuação em menos de 1 ano, 13% (treze por cento) representa 1 ano de atividade, 12% (Doze por cento) representa 2 anos de atividade, 19% (dezenove por cento) representa 3 anos de atividade, 19% (dezenove por cento) representa 4 anos de atividade, e 12% (doze por cento) está representando empresas que atuam mais de 5 anos.

Gráfico 9 – Há quantos anos sua empresa está atuando no mercado?



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

De acordo com o Sebrae (2015) “Dos 6,1 milhões de empresários, 61% trabalha na atividade atual há mais de cinco anos, a carga média de trabalho é de 45,4 horas por semana a maioria possui acesso à telefonia, informática e sistema de previdência.” Não diferente dos demais, essa parte se torna muito importante, pois identifica o tempo em que a empresa está ativa no mercado, tornando-a referência para o desenvolvimento econômico da localidade em que está inserida.

7 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo identificar o surgimento de novas micros e pequenas empresas no município de Chapadinha-MA, levando em conta a principal questão, “por que as pessoas estão cada vez mais buscando empreendedorismo como sua opção de carreira”.

Para a obtenção de todos os dados necessários foi realizada uma pesquisa bibliográfica juntamente com a aplicação de questionários sendo aplicados diretamente aos micro e pequenos empresários de Chapadinha-MA, abordando o gênero dos participantes, idade, escolaridade, escolha da área de atuação, tempo de atividade de existência no mercado, e outras perguntas referentes à atividade empreendedora.

No decorrer da pesquisa o empreendedorismo é conceituado de várias formas pelos autores clássicos, apontando a inovação, o desenvolvimento econômico, os fatores de risco e dificuldades encontradas no meio dessa trajetória.

Com base nos dados obtidos durante toda a pesquisa, foi possível identificar que o empreendedorismo está cada vez mais se expandindo na cidade, e de acordo com uma questão que foi respondida pelo público empreendedor, 58% é representada por necessidade, ou seja, a falta de emprego foi a mais citada durante a entrevista os outros 42% que representam empreender por oportunidade, portanto, isso significa que muitas pessoas estão voltadas a criar novas fontes de renda e se destacando no empreendedorismo.

No decorrer da pesquisa o que chamou bastante atenção foi a idade dos empreendedores que 50% dos entrevistados estão representando os jovens de 18 a 22 anos, e isso revela que atualmente os jovens estão focados em criar algo novo ser independente, e realizar seu próprio negócio.

De acordo com o público entrevistado existem várias barreiras para um empreendedor se formalizar, é o que mostram os dados da pesquisa, onde 69% de empreendedores ainda se encontram informalizados, e apenas 31% representam os já formalizados, ainda são números significativos para a região em que estão inseridos.

O empreendedorismo é repleto de desafios, mesmo com tudo isso, os dados apontam que 69% das pessoas entrevistadas contam com mais outras rendas além do empreendedorismo, e 31% dependem do próprio negócio como única fonte

de renda.

A pesquisa mostrou que existem empresas que atuam a mais de 5 anos no mercado, isso mostra que o uso das ferramentas adequadas de gerenciamento e planejamento podem contribuir para um empreendimento se desenvolver cada vez mais em suas atividades.

Com todas as afirmações citadas no decorrer dessa pesquisa, constata-se que o empreendedorismo é um dos fatores que move a economia local, e que as pessoas estão de fato se engajando nesse meio por necessidade de mudar sua realidade financeira e serem os protagonistas desse processo, são caracterizadas como pessoas corajosas, que não se intimidam com os riscos que correm e que proporcionam o desenvolvimento na sociedade.

REFERÊNCIAS

ABREU, Leidimar de Sousa; SOUSA, Maxsuel Cardoso; LIMA; Tatianne Layanne Herculano. **Empreendedorismo familiar:** fatores que contribuem para a manutenção e crescimento das micro e pequenas empresas chapadinhenses. 2018. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade do Baixo Parnaíba, Chapadinha-MA, 2018.

ALMEIDA, Maria Goretti de; CARMO, Larissa da Andrade; SILVA, Sefra Renata Ramos da. **O trabalho informal como alternativa no mundo de trabalho atual**. Fortaleza, Ceará, 2013. Disponível em: http://www.uece.br/eventos/ seminariocetros/anais/trabalhos_completos/69-12758-08072013-174708.pdf. Acesso em: 25 nov.2020.

ACKOFF, R. L. **Planejamento Empresarial**. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

ALMEIDA, M. I. R.; MOREIRA JUNIOR, A. L. A Análise do Ambiente Organizacional na Pequena Empresa: Um Estudo em PME'S na cidade de São Paulo. **Anais** do XVII Congresso Latino-Americano de Estratégia–SLADE. 2004.

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios:** fundamento, processos e estruturação. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BULGACOV, Sergio; SANTOS, Pedro Josemar Pereira dos; MAY, Márcia Ramos. A configuração da organização e sua relação com o Planejamento Estratégico formal e emergente. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, 2012.

BRASIL. **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008.** Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, Brasília, DF, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 25 set. 2020.

BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 25 set. 2020.

BRAGA, Thaiz Silveira. O setor informal e as formas de participação na produção: os casos das regiões metropolitanas de Salvador e Recife. **Anais** do XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, Caxambú, Minas Gerais, 2006. Disponível em: http://www.abep.org.br/publicacoes/index. php/anais/article/view/1664/1625. Acesso em: 25 set. 2020.

BRESSAN, I.; SILVA, I. A. F.; HIRATA, S.; PIRES, W. L. R.; PANTALEÃO, E. de O. Ferramentas como fator de inovação nas micro e pequenas empresas. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 108-120, 2017. Disponível em: https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index. php/repad/article/view/5767. Acesso em: 26 dez. 2020.

CACCIAMALI, M. C. **Brasil**: un caso reciente de crecimiento económico con distribución de renta. Revista de Estudios Empresariales, n.1, p.46-64, 2011.

CAMARGO, S. H. C. R. V; FARAH, O. E. **Gestão empreendedora e intraempreendedora**: estudos de casos brasileiros. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

CAPASSO, S.; JAPPELLI, T. **Financial development and the underground economy.** Journal of Development Economics, Elsevier, v. 101, p. 167–178, 2013.

CARLONI, Carolina; MICHEL, Murílio. O desafio de abrir e manter uma empresa em operação no atual contexto socioeconômico. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, ano. 6, n. 11, dez. 2006. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/hFHflZwwNkljV5o_2013-4-29-10-41-15.pdf. Acesso em: 25 set. 2020.

CARVALHO, Yeda Alves de. **Gerenciamento de Projetos de Produtos nas Micro e Pequenas Empresas Sustentáveis**. 2020.130 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Nove de Julho–UNINOVE, São Paulo, 2020. Disponível em: http://bibliotecatede.uninove.br/handle/tede/2368. Acesso em: 26 dez. 2020.

CASSOL, A.; MARIETTO, M. L.; RIBEIRO, I.; BALDI, B. Relação entre a Orientação Empreendedora e a Capacidade de Inovar de Micro e Pequenas Empresas. **Revista de Tecnologia Aplicada**, v. 7, n. 3, p. 52-70, 2018.

CÉSAR, Nathália de Amorim; CADE, Patrícia Justo Lemos; ALMEIDA, Fernanda Matos de Moura; ABREU, Elcilene Ester de; MOURA, Rafael Matos de. **O Micro Empreendedor Individual no Município de Iúna-es:** Formalidade X Informalidade. 2012. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos /artigos12/22716474.pdf. Acesso em:10 dez. 2020.

CEZARINO, L. O; CAMPOMAR, M. C. Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais. **Anais** do IV Congresso de Administração, Economia e Contabilidade da Universidade de São Paulo, FEA/USP, São Paulo, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos:** o capital humano das organizações. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas:** o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Emprendedorismo:** dando asas ao espirito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012. 315 p.

CHICARELLI, A. **Trabalho informal:** a precariedade de uma situação. Sociedade e Cultura, 2009.

CORREIA, José Jonas Alves; NASCIMENTO, Everlyn Luana Silva; VASCONCELOS, Lais de Lima; SILVA, Dayane Batista. Utilização de artefatos da

gestão empresarial para análise da economia tributária de empresas comerciais. **Revista Fatec Zona Sul**, v. 4, n. 2, fev., 2018. Disponível em: http://www.revistarefas.com.br/index.php/RevFATECZS/article/view/148/142. Acesso em: 12 nov. 2020.

CRESPO, A. **A Estatística Fácil.** 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

CUSTÓDIO, Telma Padilha**.** Empreendedorismo: um estudo sobre a importância do empreendedorismo como estratégia de negócios na empresa fênix locações e eventos. **Revista Científica do Unisalesiano**, São Paulo, v. 2, n. 4, jul/dez., 2011. Disponível em: http://www.salesianolins.br/universitaria/artigos/no4/artigo31.pdf. Acesso em: Acesso em: 10 nov. 2020.

DEGEN, Ronald Jean. **Empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DRUCKER, Peter. **O melhor de Peter Drucker:** homem, sociedade, administração. São Paulo: Nobel, 2002.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thompson, 1986.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ENS, Romilda Teodora; ROMANOWSKI, Joana Paulin. As pesquisas denominadas do tipo “estado da arte” em educação. **Diálogo Educ., Curitiba**, v. 6, n.19, p.37-50, set./dez. 2006. Disponível em: https://periodicos.pucpr.br/index.php/ dialogoeducacional/article/view/24176/22872. Acesso em: 26 set. 2020.

FISCHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I. R. **Planejamento estratégico na prática**. São Paulo: Editora Atlas. 2009.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da História**. 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995. 341 p.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor–GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2005:**

Relatório Executivo. Curitiba: SEBRAE, 2006. Disponível em: https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2005-Relat%c3%83%c2%b3rio.pdf. Acesso em: 20 nov. 2020.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor – GEM. Empreendedorismo no Brasil 2004. Sumário Executivo. Curitiba: SEBRAE, 2005. Disponível em: https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2004-Relat%c3%83%c2%b3rio.pdf. Acesso em: 20 nov. 2020.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor – GEM. Empreendedorismo no Brasil 2017: Relatório Executivo. Brasil: SEBRAE, 2017. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 26 dez. 2020.

GOMES, Osmar Júnior; OLIVEIRA, Ulisses Gomes de; SILVA, Polyandra Zampiere Pessoa da. Uma Análise das Informações Contábeis utilizadas pelos Micro e Pequenos Empreendedores do Município de Jacaraú/PB para o Processo de Tomada de Decisões. **Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista**, v.11, n. 2, p. 18-32, 2017. Disponível em: http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/912/pdf. Acesso em: 1 jun. 2020.

GOMES, Mike Ceriani de Oliveira. Práticas de Gestão em Microempresas Perante Crises Econômicas: um estudo de caso. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologia**, v. 6, n. 2, p. 16-28, jul. 2018. Disponível em: http://www6.uninove.br/ojs/journaliji/index.php/iptec/article/view/96/183#. Acesso em: 16 nov. 2020.

HISRICH, Roberto D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre. Bookman, 2009.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD Dean A. **Empreededorismo.** Porto Alegre: AMGH, 2014.

KICH, J.; PEREIRA, M. F. A influência da liderança, cultura, estrutura e comunicação organizacional no processo de implantação do planejamento estratégico. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 4, artigo 6, p. 1045–1065, Rio de Janeiro, 2011.

KRAKAUER, Patricia Viveiros de Castro.; FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Planejamento estratégico em pequenas e médias empresas: estudo quantitativo em empresas brasileiras de tecnologia da informação. **In:**__. XIII Seminários em Administração da Universidade de São Paulo (SEMEAD), 2010, São Paulo. p.1-15.

LEITÃO, Carlos Victor Pinheiro. A RELAÇÃO ENTRE A ADOÇÃO DE PRÁTICAS GERENCIAIS E A GERAÇÃO DE INOVAÇÕES ORGANIZACIONAIS NO VAREJO SUPERMERCADISTA. 2017. 78 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico ou Profissional em XX) –Universidade Estadual do Ceará, , 2017. Disponível em:<http://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=82987> Acesso em: 12 de novembro de 2020.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo.** São Paulo, Saraiva, 2012.

MAÇÃES, Manuel Alberto Ramos. **Empreendedorismo, Inovação e Mudança organizacional.** São Paulo, actual, 2017.

MARCONI. M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MAGALHÃES, Marcos Renan Vasconcellos. **Tolerância à informalidade, desenvolvimento e empreendedorismo:** uma análise quantitativa para o Brasil. 2018. 43 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, 2018. Disponível em:http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFC-7_b2cd05c542326317e99275bc7c5b85b0. Acesso em: 2 ago. 2020.

MARANHO, E. J. **Dinâmica do Mercado de Trabalho Urbano num contexto de rápido crescimento populacional:** o caso da Região Metropolitana de Curitiba. 1987. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1987.

MARTINS, Leandro. **Monte seu próprio negócio**. São Paulo: Digerati Books, 2007.

MEIRELLES, A. de M. **A formação de estratégia no sistema bancário brasileiro**: modelo teórico e evidências empíricas. 2003. 414 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia:** um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

PAULA, Silvio da Rosa; UHR, Daniel de Abreu Pereira; UHR, Júlia Gallego Ziero. Evidências adicionais da relação entre empreendedorismo e crescimento econômico. **Revista do CEPE**. Santa Cruz do Sul, n. 45, p. 127-142, jan./jun. 2017. Disponível em: https://online.unisc.br/seer/index.php/cepe/article/view/8881. Acesso em: 12 nov. 2020.

PASSOS, Édio; BERNHOEFT, Renata; BERNHOEFT, Renato; TEIXEIRA, Wagner. **Família, Família, negócios à parte:** como fortalecer laços e desatar nós na empresa familiar. 5. ed. São Paulo: Gente, 2006.

PAIXÃO JUNIOR, Pedro Inaldo Mondêgo Paixão. **Uma análise do trabalho informal em São Luís**. 2016. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2016. Disponível em: https://monografias.ufma.br/jspui/handle/123456789/1187. Acesso em: 24 nov. 2020.

PEREIRA, Mauricio Fernandes. **Planejamento Estratégico:** teorias, modelos e processos. São Paulo, Atlas, 2010.

SANTOS, Leonardo Lemos da Silveira; ALVES, Ricardo César; ALMEIDA, Kenneth Nunes Tavares de**.** Formação De Estratégia Nas Micro E Pequenas Empresas: um estudo no Centro-Oeste Mineiro. **ERA,** vol. 47, n. 4, out./dez. 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rae/v47n4/v47n4a06.pdf. Acesso em: 25 nov. 2020.

SANTOS, Heriklys Wendell de Oliveira; ARAÚJO, Lucas Santos de; COSTA, Thaillon Lima da Costa. **Comércio informal:** um estudo sobre a realidade dos trabalhadores informais que atuam no mercado central do município de Chapadinha-MA. 2018. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade Baixo Parnaíba, Chapadinha-MA, 2018.

SILVA, M. L. **A importância do planejamento estratégico para o desenvolvimento organizacional de pequenas e médias empresas**. 2007. 78 f. Dissertação (Mestrado em Comércio Exterior) – Faculdade Metodista Centenário-FAMES, Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2007.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI**. 2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 22 nov. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Pesquisa de perfil do empreendedor individual: 2011. Brasília, SEBRAE, 2011. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae /Estudos%20e%20Pesquisas/Perfil%20Empreendedor%20Individual%202011.pdf. Acesso em: 18 out. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Plano de Negócio: por que ele é tão importante para abrir sua empresa? 2017. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites /PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua empresa,05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD Acesso em: 26 dez. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. 2014. Disponível em: https://respostas.sebrae.com.br/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil/. Acesso em: 22 nov. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Empresários da indústria, construção, comércio e serviços no Brasil (2003-2013). / Marco Aurélio Bedê (Coord.) – Brasília: Sebrae, 2015.

SILVA, Alexandre Borges. **Recomeço empreendedor no Brasil**. 2018. 192 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-07022019-

153745/publico/CorrigidoAlexandre.pdf. Acesso em: 25 out. 2020.

SOBREIRA NETO, Francisco; HOURNEAUX JUNIOR, Flávio; POLO, Edison Fernandes. **A adoção do modelo de planejamento estratégico situacional no setor público brasileiro:** um estudo de caso. v.13, n.39, out./dez. p. 149-165. 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/osoc/v13n39/a09v13n39.pdf. Acesso em: 18 out. 2020.

SOUZA FILHO, Augusto. **Trabalho na sociedade contemporânea:** trabalho informal. [2018]. Disponível em: http//www.unihorizontes.br. Acesso em: 18 out. 2020.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

TEIXEIRA, Carlos Alberto Chagas; ALONSO, Vera Lucia Chaves. **A Importância do Planejamento Estratégico para as Pequenas Empresa**. 2014. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/132020.pdf. Acesso em: 11 dez. 2020.

Apêndice

APÊNDICE A – Questionário aplicado aos empresários

QUESTIONÁRIO - Empreendedorismo: um estudo de campo abordando o surgimento de micro e pequenas empresas na cidade de Chapadinha-MA.

.

1) Qual seu gênero?

( ) Masculino

( ) Feminino

2) Idade dos empresários?

( ) 18 a 22 anos

( ) 23 a 28 anos

( ) 9 a 35 anos

( ) 36 a 41 anos

3) Qual seu Nível de escolaridade?

( ) Ensino Fundamental

( ) Ensino Médio

( ) Ensino Superior

4) Por que você escolheu montar seu próprio negócio?

( ) Necessidade

( ) Oportunidade

5) Quando você montou sua empresa, você fez um plano de Negócio?

( ) Sim

( ) Não

6) Qual o tipo de oferta da sua empresa?

( ) Venda de produtos

( ) Prestação de Serviços

7) Sua empresa é formalizada?

( ) Sim

( ) Não

8) Sua empresa é sua única fonte de renda?

( ) Sim

( ) Não

9) Há quantos anos sua empresa está atuando no mercado?

Menos de 1 ano

( ) 1 ano

( ) 2 anos

( ) 3 anos

( ) 4 anos

( ) Mais de 5 anos