



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO – PRPG  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS – CCHL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA - PPGP  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO PÚBLICA - MPPG**



**FERNANDA RAQUEL DOS SANTOS SOUSA**

**EMPREENDEDORISMO E MICRO E PEQUENA EMPRESA: as características e importância do empreendedorismo econômico em Teresina-PI.**

TERESINA-PI

2022

**FERNANDA RAQUEL DOS SANTOS SOUSA**

**EMPREENDEDORISMO E MICRO E PEQUENA EMPRESA: as características e importância do empreendedorismo econômico em Teresina-PI.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Gestão Pública da Universidade Federal do Piauí (UFPI), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão Pública.

Área de Concentração: Gestão Pública para o Desenvolvimento Regional.

Linha de Pesquisa: Organizações e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Samuel Costa Filho

TERESINA-PI

2022

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas e  
Letras Serviço de Processos Técnicos

S725 Sousa, Fernanda Raquel dos Santos.  
Empreendedorismo e micro e pequena empresa: as características  
e importância do empreendedorismo econômico em Teresina-PI /  
Fernanda Raquel dos Santos Sousa. -- 2022.  
116 f. : il.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro  
de Ciências Humanas e Letras, Programa de Pós-Graduação em  
Gestão Pública, Teresina, 2022.

“Orientador: Prof. Dr. Samuel Costa Filho.”

1. Empreendedorismo. 2. Micro e pequena empresa. 3. Estruturas

CDD 658.114 5

**FERNANDA RAQUEL DOS SANTOS SOUSA**

**EMPREENDEDORISMO E MICRO E PEQUENA EMPRESA: as características e importância do empreendedorismo econômico em Teresina-PI.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Gestão Pública da Universidade Federal do Piauí (UFPI), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão Pública.

Área de Concentração: Gestão Pública para o Desenvolvimento Regional.

Linha de Pesquisa: Organizações e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Samuel Costa Filho

Aprovada em 28 de janeiro de 2022

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Dr. Samuel Costa Filho (UFPI)  
Orientado



Prof. Dr. Ricardo Alaggio Ribeiro

---

Prof. Dr. Ricardo Alaggio Ribeiro (UFPI)  
Examinador Interno



---

Prof. Dr. Francisco Prancacio Araújo de Carvalho (UFPI)  
Examinador Externo ao Programa

TERESINA-PI  
2022

## AGRADECIMENTO

A Deus, que iluminou o meu caminho durante esta etapa, dando-me força para sempre acreditar na realização deste sonho.

Aos meus pais, João e Karlene, pelo dom da vida, por serem exemplo de amor e dedicação e por sempre me incentivarem e acreditarem em mim, por estar sempre segurando as minhas mãos em qualquer desafio.

À minha Vó Edileusa e minha tia Bia, pelo apoio, confiança e por me guiar sempre pelos melhores caminhos.

Ao meu irmão Rafael pela proteção, companheirismo e pelo imensurável amor.

Às minhas amadas sobrinhas, Yasmin e Kamilly, por sempre me darem sorriso e ânimo e pelo amor incondicional.

Aos professores e professoras do programa de mestrado em Gestão Pública. Um agradecimento especial ao meu orientador Prof. Dr. Samuel Costa Filho por sua ajuda, incentivo, compreensão e cobrança na orientação desta pesquisa de forma dedicada e sempre transmitindo energia e esperança em todos os momentos.

Aos membros da banca de defesa, Prof. Dr. Ricardo Alaggio Ribeiro e Prof. Dr. Francisco Prancacio Araújo de Carvalho, pelas valiosas contribuições ao meu trabalho no exame de qualificação.

Aos colegas de turma, em especial a Magda Fernanda do Nascimento Barbosa, pela amizade e solidariedade que sempre teve comigo. Esses anos não teriam sido os mesmos sem o apoio de vocês.

Aos amigos, primos e tios pelo carinho e por estarem sempre comigo nessa aventura chamada vida.

## RESUMO

As últimas décadas do século XX assistiram a um aumento de interesse acerca do empreendedorismo pelos diversos campos de estudo. Atualmente já se reconhece a importância das micro e pequenas empresas como atores centrais no desenvolvimento econômico e sustentável das nações, como responsáveis pela maioria da criação de novos empregos e contribuindo para o desenvolvimento estrutural dos locais onde se instalam, sendo também incentivo ao empreendedorismo. Diante desse quadro, é importante mencionar que a relação entre empreendedorismo e micro e pequenas empresas no Brasil carece de estudos recorrentes, pois o arcabouço legal que dirime este contexto tem passado por mudanças importantes. Dentro desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo geral identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa de cunho quantitativo; com relação aos procedimentos técnicos utilizou-se inicialmente a pesquisa bibliográfica, em seguida, levantamento ou *survey* com aplicação de instrumentos para gerar dados estatísticos. Assim, foram direcionados questionários para Micro e Pequenos empreendedores do município de Teresina-PI, dos quais se obteve uma amostra de 75 respondentes; para a aplicação desses, foi utilizado meio eletrônico *E-mail*. O questionário foi elaborado a partir dos seguintes autores: Vicenzi (2011), Coutinho e Araújo (2021) e o relatório GEM (2019). A análise foi feita através da comparação entre a fundamentação teórico-empírica e os resultados obtidos na pesquisa. Os principais resultados mostraram que as características pessoais que obtiveram maior destaque foram vontade/motivação, determinação e coragem/ousadia. Quanto ao que motivou a querer abrir seu próprio negócio, destacam-se: item realização profissional, desejo de trabalhar por conta própria, desejo de independência. Entre as medidas tomadas pelo governo para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas, sobressaíram: isenções fiscais sobre faturamento para estímulo à atividade empresarial, criação de programa de financiamento de crédito com redução dos procedimentos burocráticos, isenções de taxas e parcelas de serviços públicos prestados e fomentar o desenvolvimento de inovações tecnológicas.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Micro e Pequena Empresa. Estruturas Econômicas.

## ABSTRACT

The last decades of the 20th century saw an increase in interest in entrepreneurship in different fields of study. Currently, the importance of micro and small companies as central actors in the economic and sustainable development of nations is already recognized, as they are responsible for most of the creation of new jobs and contributing to the structural development of the places where they are installed, being also an incentive to entrepreneurship. Given this situation, it is important to mention that the relationship between entrepreneurship and micro and small companies in Brazil lacks recurrent studies, as the legal framework that resolves this context has undergone important changes. Within this context, the present work has as general objective to identify the personal characteristics of entrepreneurs of Micro and Small Enterprises in Teresina-PI, as well as their motivation to undertake being by opportunity/innovation or necessity, verifying the relevance of entrepreneurship for the region, demonstrate the importance of policies to encourage and enable smaller enterprises. For that, a quantitative research was developed; with regard to technical procedures, bibliographic research was initially used, then a survey or survey with the application of instruments to generate statistical data. Thus, questionnaires were directed to Micro and Small entrepreneurs in the city of Teresina-PI, from which a sample of 75 respondents was obtained; for the application of these, electronic means E-mail was used. The questionnaire was prepared from the following authors: Vicenzi (2011), Coutinho and Araújo (2021) and the GEM report (2019). The analysis was performed through the comparison between the theoretical-empirical foundation and the results obtained in the research. The main results showed that the most prominent personal characteristics were will/motivation, determination and courage/daring. As for what motivated them to want to open their own business, the following stand out: professional fulfillment, desire to work on their own, desire for independence. Among the measures taken by the government to encourage and enable micro and small companies, the following stand out: tax exemptions on billing to stimulate business activity, creation of a credit financing program with a reduction in bureaucratic procedures, tax exemptions and installments of public services provided and encourage the development of technological innovations.

**Keywords:** Entrepreneurship. Micro and Small Business. Economic Structures.

## **LISTA DE SIGLAS**

**ANPROTEC**- Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores

**APLS** - Arranjos Produtivos Locais

**ASSIMPEC** - Associação Nacional dos Sindicatos de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Comércio

**ASSIMPI** - Associação Nacional dos Sindicatos de Micro e Pequenas Indústrias

**CAGED** - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

**FGV** - Fundação Getúlio Vargas

**FMI** - Fundo Monetário Internacional

**GBM** - Grupo Banco Mundial

**GEM** - *Global Entrepreneurship Monitor*

**GI** - Gestão da Inovação

**IAPMEI** - Agência para a Competitividade e Inovação

**IEFP** - Instituto do Emprego e Formação Profissional

**MEI** - Microempreendedor individual

**MPE'S** - Micro e Pequenas Empresas

**OCDE** - Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico

**OMC** - Organização Mundial do Comércio

**OMPI** - Organização Mundial da Propriedade Intelectual

**P&D** - Pesquisa e Desenvolvimento

**PIB** - Produto Interno Bruto

**PINTEC** - Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica

**SBRT** - Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas

**SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**SIMPI** - Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo

**SOFTEX** - Sociedade Brasileira para Exportação de Software

## SÚMARIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1</b>	<b>Problema do estudo.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3</b>	<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>20</b>
<b>3</b>	<b>CRESCIMENTO ECONÔMICO, EMPREENDEDORISMO E MICRO E PEQUENA EMPRESA.....</b>	<b>21</b>
<b>3.1</b>	<b>Crescimento Econômico na economia capitalista .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1.1</b>	Estado e políticas públicas para o empreendedorismo.....	25
<b>3.1.2</b>	Papel e importância das MPEs e crescimento econômico.....	31
<b>3.2</b>	<b>Empreendedorismo: aspectos conceituais e seu teórico principal .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2.1</b>	Motivação para empreender: necessidade ou oportunidade.....	34
<b>3.2.2</b>	Características dos empreendedores.....	36
<b>3.2.3</b>	Empreendedorismo e inovação .....	39
<b>3.2.4</b>	Abordagem econômica do empreendedorismo com destaque para o principal teórico utilizado no estudo Schumpeter.....	42
<b>3.3</b>	<b>Aspectos conceituais de Micro e Pequenas empresas .....</b>	<b>46</b>
<b>4 A</b>	<b>IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CAPITALISMO ATUAL E NO BRASIL.....</b>	<b>49</b>
<b>4.1</b>	<b>Micro e Pequena Empresa.....</b>	<b>50</b>
<b>4.2</b>	<b>A Pequena e Micro empresa no Brasil.....</b>	<b>54</b>
<b>4.3.</b>	<b>A legislação brasileira e os incentivos governamentais às MPE'S.....</b>	<b>59</b>
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....</b>	<b>64</b>
<b>5.1</b>	<b>População e amostra.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2</b>	<b>Coleta de dados.....</b>	<b>66</b>
<b>5.3</b>	<b>Tratamento e análise dos dados.....</b>	<b>66</b>
<b>6</b>	<b>AS CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESA E EMPREENDEDORIMOS EM TERESINA-PI.....</b>	<b>68</b>
<b>6.1</b>	<b>Cenário do estudo: Teresina-PI.....</b>	<b>68</b>

6.1.1	Produto interno bruto de Teresina.....	69
6.1.2	Números de Empresas.....	71
6.1.3	Mercado de trabalho.....	73
6.1.4	Renda.....	74
<b>6.2</b>	<b>Características dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI.....</b>	<b>76</b>
<b>6.3</b>	<b>Oportunidade/inação ou necessidade.....</b>	<b>85</b>
<b>6.4</b>	<b>Importância das Micro e Pequenas Empresas: geração de emprego e renda em Teresina-PI.....</b>	<b>87</b>
<b>6.5</b>	<b>Políticas Públicas para o Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI.....</b>	<b>90</b>
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>95</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>99</b>
	<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>113</b>
	<b>ANEXO B - DECLARAÇÃO DA REVISÃO DE PORTUGUÊS .....</b>	<b>117</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A economia no Brasil, a exemplo da maioria das nações do mundo, segue o sistema econômico baseado na economia de mercado, predominante na economia global contemporânea. A economia de mercado é um sistema econômico organizado no seio do desenvolvimento do capitalismo e tem-se como premissa básica a centralidade do mercado na economia. A Ciência Econômica Ortodoxa defende o liberalismo econômico, por meio da redução dos papéis exercidos pelo Estado. Trata-se da defesa do chamado Estado mínimo, o Estado, nesse caso, não deve atuar na atividade econômica, ficando restrito a ações específicas e mínima possível na economia.

Na economia de mercado o produtor individual decide como investir seus recursos, o que comprar, o que vender, o que produzir e quanto produzir. As principais características da economia de mercado são: predominância de empresas privadas; lei da oferta e da procura; livre concorrência; incentivo à dinamização e inovação das empresas e pouca intervenção do Estado. (PENA, 2020a).

Neste contexto, o empreendedorismo, tal como é aqui descrito nesta dissertação, só é possível no capitalismo moderno. Nas últimas décadas, o termo empreendedorismo vem sendo largamente empregado nos estudos de Administração de Empresas, Economia, Sociologia Econômica. Empreender não é mais uma atividade restrita à iniciativa privada, pois passou a englobar o Terceiro Setor e a Administração Pública; não mais circunscreve o espaço da inovação, mas também das mudanças adaptativas, etc. (MARTES, 2010).

Atualmente, o surgimento de múltiplas definições do conceito de empreendedorismo revela as transformações da própria sociedade e sua evolução, de uma base de produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente, para uma sociedade industrial e pós-industrial. Revela-se ainda um campo marcado pela interdisciplinaridade com a presença de abordagens econômicas (ex. KIRZNER, 1977; HIRSCH, 1990; SCHUMPETER, 2002), psicológicas (ex. MCCLELLAND, 1988) e da administração (ex. DRUCKER, 1987).

Deste modo, o empreendedorismo como fator determinante do crescimento econômico é fruto das ideias expostas na obra “A Teoria do Desenvolvimento Econômico” de Schumpeter (1934). Schumpeter parte do princípio de que o empreendedor promove o desenvolvimento econômico através da “destruição criativa”. Os empreendedores começam seus negócios introduzindo no mercado uma inovação, a qual inclui novo bem, novo método de produção, a abertura de novo mercado, além de nova fonte de suprimento de matérias primas e também nova organização de qualquer setor de atividade. Havendo ou não inovação, a criação de um

novo negócio tem como consequência o aumento da concorrência, a reação das empresas existentes através de fusões, outras inovações ou podendo ainda provocar a saída de empresas do mercado. Assim, uma nova estrutura do mercado emerge, resultando em maior eficiência e dinamismo econômico, traduzidos nos indicadores de valor adicionado Produto Interno Bruto (PIB) e de níveis de emprego.

Antes da década de 1990, pouco se falava sobre empreendedorismo e em criação de pequenas empresas no Brasil. “Os ambientes políticos e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora” (DORNELAS, 2014, p.14). O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a desenrolar-se quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) foram criadas.

No Brasil, iniciativas se intensificam e algumas estão se estabelecendo ao ponto de até ocorrer o ensino da disciplina Empreendedorismo em nível universitário em grande parte dos cursos de graduação. Uma outra iniciativa de referência são os programas de incubação de empresas, apoiados pelo SEBRAE e a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), que viabilizaram o aumento no número de publicações destinadas ao tema. Além desses fatos, ainda aponta ações desenvolvidas como: evolução da legislação em prol das micro e pequenas empresas (Lei da Inovação<sup>1</sup>, Lei Geral da Micro e Pequena empresa<sup>2</sup>), ênfase do Governo Federal no apoio à micro e pequena empresa, inclusive com a criação de um Ministério/Secretaria com foco na pequena empresa. (DORNELAS, 2014).

Neste cenário, as micro e pequenas empresas representam um pilar fundamental para a economia do país, desempenhando um papel de suma importância para o desenvolvimento da nação. Destaca-se também sua importância para o crescimento da economia dos municípios, principalmente para os localizados fora das regiões metropolitanas. (SEBRAE, 2014).

---

1 A Lei 10.973, de 2 de dezembro de 2004, denominada Lei da Inovação, e regulamentada pelo decreto 5.663/2005 é um primeiro passo no sentido de incentivar uma cultura de inovação tecnológica no Brasil. Tem o objetivo de incentivar a conexão entre universidade, centros de pesquisa e as empresas. Para isso, são estabelecidos mecanismos que incentivam a cooperação para a produção científica, tecnológica e de inovação.

2 Também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, foi criada pela Lei Complementar nº. 123/2006. Seu objetivo é fomentar o desenvolvimento e a competitividade da micro e pequena empresa e do microempreendedor individual, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia

O desenvolvimento econômico local é foco de estudo e uma preocupação das políticas públicas, sobretudo quando ele está associado ao empreendedorismo dos pequenos negócios nos municípios. Isso se dá porque tanto países emergentes ou subdesenvolvidos, devido às limitações de seus mercados, como municípios com menor poder de renda ou bairros mais pobres dos países desenvolvidos costumam se beneficiar com a criação desses negócios, constituindo recortes geográficos favoráveis à análise (HOUSTON E REUSCHKE, 2017; CANEVER *et. al.*, 2010; BATEMAN, 2000; ZVARYCH, 2017; POLIATYKINA E SAMOSHKINA, 2018).

## 2 JUSTIFICATIVA

As últimas décadas do século XX assistiram a um aumento de interesse acerca do empreendedorismo pelos diversos campos de estudo. Os cientistas que contestam o pensamento econômico convencional, apoiam-se justamente no pensamento schumpeteriano de que não existe uma marcha automática que leve ao crescimento econômico e desenvolvimento social, nem tampouco fórmulas ou receitas de políticas que podem ser replicadas em diferentes países. Nesse sentido, para que inovações aconteçam, para que ocorra o avanço de técnicas e da ciência, para se alcançar desenvolvimento e crescimento é preciso contar com iniciativas empreendedoras, o que implica compreender no que consistem e como se desenvolvem.

As iniciativas empreendedoras têm ampliado a quantidade de empresas por todo o país e, dentre elas, as que mais têm elevado sua participação da economia nacional são as Micro e Pequenas Empresas (MPE's). Barros e Pereira (2008) defendem que um dos principais veículos da atividade empreendedora é a pequena empresa. O empreendedorismo dos pequenos negócios é quase unanimemente destacado como benéfico para a vida econômica e social de países e regiões.

As MPE's adquiriram, ao longo dos últimos 30 anos, uma importância crescente no país, pois é inquestionável o relevante papel socioeconômico desempenhado por estas empresas. As MPE's têm ampla importância na economia mundial. Em algumas nações sua participação no PIB atinge cerca de 50%, com fortes tendências de crescimento. No Brasil, segundo dados do SEBRAE (2020), as cerca de 9 milhões de MPEs tem participação em 30% da produção (PIB) do país, ou seja, mais de um quarto do PIB brasileiro é gerado pelos pequenos negócios. Juntas representam 96,6% dos negócios, além disso, elas são responsáveis pela maioria (52%) dos empregos formais.

Estudos realizados por Barros e Pereira (2008) buscaram descrever os efeitos da atividade empreendedora no crescimento econômico e na taxa de desemprego em 853 municípios do Estado de Minas Gerais, entre 2000 e 2003. O estado de Minas Gerais é representativo do mosaico de atividades empreendedoras do país. Os resultados revelaram forte associação entre empreendedorismo e desemprego: quanto maior a atividade empreendedora do município, menor a taxa de desemprego. Contudo, a influência do empreendedorismo sobre o crescimento econômico local é negativa. Os pesquisadores justificaram estes resultados ao destacar que em Minas Gerais, assim como no Brasil, a maior parte das atividades empreendedoras se caracteriza pelo empreendedorismo por necessidade e não pelo de inovação ou oportunidade.

O trabalho de Barros e Pereira (2008), deixou lacunas no que se refere aos diferentes efeitos e modos como o empreendedorismo, considerando seus diferentes formatos, afeta o crescimento econômico dos Estados do país ao longo do tempo.

Ao analisar os efeitos do empreendedorismo sobre o crescimento econômico do Brasil e se tais efeitos se diferem entre os Estados no período 2001 a 2011, Almeida; Sediya e Santiago (2015) constataram que, seja por inovação ou por promoção de novos negócios, complementa-se aos outros fatores determinantes do crescimento de Solow<sup>3</sup> (investimento, população, educação), o nível de abertura comercial (comércio internacional) e a intervenção do governo na economia dos estados (gastos do governo), o empreendedorismo é um fator de crescimento econômico. O empreendedorismo tem papel semelhante para todos os estados, independente se o Estado apresenta um maior ou menor PIB. Além disso, os efeitos das atividades empreendedoras sobre o crescimento econômico, no geral, são homogêneos e positivos.

Destarte, Barros e Pereira (2008) e Almeida; Sediya e Santiago (2015) contribuíram de forma significativa para estudos sobre empreendedorismo, pois, constataram que o empreendedorismo é um fator de crescimento econômico.

Nessa conjuntura, a influência do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, pesquisa implementada pelas instituições internacionais London Business School e o *Babson College* - EUA) é central para a construção “de indicadores comparáveis que permitem a identificação de fatores críticos que contribuem ou inibem a atividade empreendedora”. (CAMPELLI *et al.*, 2011, p. 138).

A capacidade empreendedora no Brasil consubstanciada nos relatórios GEM coloca o país entre as mais altas e constantes taxas de empreendedorismo. É nesse contexto que surgem as terminologias como empreendedor por necessidade e por oportunidade, designando a motivação básica para se empreender. Nas pesquisas GEM foi identificado que o Brasil tem uma das mais altas taxas de empreendedorismo entre os países pesquisados. A monitoração da atividade empreendedora em países do mundo passa então a ser fonte motivadora de pesquisadores para que se tenha uma delimitação de como se está a atividade no mundo. (NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014).

Diante desse quadro, é importante mencionar que a relação entre empreendedorismo e pequenas empresas no Brasil carece de estudos recorrentes, pois o arcabouço legal que dirige

---

<sup>3</sup> O modelo de Solow mostra como a evolução da renda e do consumo por trabalhador no longo prazo são afetadas pelos parâmetros estruturais da economia tais como a sua taxa de poupança e investimento e da taxa de crescimento populacional.

esse contexto tem passado por mudanças importantes. Essas mudanças, inclusive, ocorrem devido às altas taxas de empreendedores por necessidade no país, em que sua maioria não são formalizados. Neste sentido, vale destacar o papel do Estado Brasileiro e das relações federativas existentes, sobretudo dos entes municipais, no fortalecimento da Lei Geral das Microempresas (Lei Complementar nº 123/06), que tem sido o principal elemento de fortalecimento do empreendedorismo no país. Além disso, vale mencionar o esforço pela formalização dos profissionais autônomos, implementado pela Lei Complementar nº 128, em 19 de dezembro de 2008, denominada Microempreendedor Individual. (ALMEIDA SEDIYAMA; SANTIAGO, 2015).

Deste modo, o objetivo do estudo sobre empreendedorismo como fator de crescimento econômico em Teresina-PI, principalmente os ligados as micro e pequenas empresas, tem por relevância acadêmica compreender como o empreendedorismo contribui para o crescimento econômico dessa região, e assim demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte.

A relevância social desse trabalho busca demonstrar como o empreendedorismo pode transformar a vida das pessoas por meio da geração de emprego e renda, contribuindo, assim, para a diminuição das desigualdades sociais existentes no país. Além do que já foi dito, este trabalho é justificável por contribuir para o estado da arte em pesquisas na área de empreendedorismo, segundo Ferreira *et al.*, (2020) esta área de pesquisa vem crescendo no Brasil. Tem-se, ainda como contribuição, o avanço nos estudos sobre empreendedorismo com destaque para as Micro e Pequenas Empresas no campo organizacional. Destaca-se como contribuições para a gestão, especificamente os gestores públicos, tanto de municípios de pequeno, quanto de médio e grande porte a partir de ações diferenciadas e coerentes com cada contexto. Tem-se a política pública de fomento e de apoio à criação de micro e pequenos negócios como um dos caminhos efetivos para potencializar e impactar o desenvolvimento socioeconômico.

## **2.1 PROBLEMA DO ESTUDO**

Buscando-se compreender o empreendedorismo como fator de crescimento econômico, a pesquisa procura responder o seguinte problema: o empreendedorismo, através das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI é determinado pela inovação/oportunidade ou necessidade de emprego e renda?

## **2.2 OBJETIVO GERAL**

Identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inovação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte.

## **2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Caracterizar empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inovação ou necessidade;
- b) Verificar a estrutura das Micro e Pequenas Empresas no contexto da geração de emprego e renda em Teresina-PI;
- c) Identificar estruturas das políticas públicas quanto ao desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI.

### **3. CRESCIMENTO ECONÔMICO, EMPREENDEDORISMO E MICRO E PEQUENA EMPRESA**

A riqueza de um país é medida por sua capacidade de produzir em número suficiente os bens e serviços necessários ao bem-estar de sua nação. A realidade é que o Brasil, apesar de todo o progresso, continua sendo um dos países com uma das maiores desigualdades de renda do mundo. O desenvolvimento econômico, no que diz respeito ao seu processo, demanda a geração de emprego e renda para a população. Nos países em desenvolvimento, o empreendedorismo pode ampliar a criação de novos postos de trabalho. No âmbito local, as MPE's desempenham papel ainda mais relevante, pois movimentam a economia local e colaboram para a arrecadação de tributos a serem revertidos em serviços e investimentos de interesse da população.

O empreendedorismo atualmente é o método mais eficiente para ligar ciência e mercado, pois cria empresas e leva novos produtos e serviços ao mercado. Essas atividades afetam de modo significativo a economia de uma área ao construir sua base econômica e gerar empregos. O papel do empreendedor no desenvolvimento econômico implica mais do que apenas o acréscimo de produção e renda *per capita*. Inclui iniciar e construir mudanças na composição do negócio e da sociedade. Tal mudança é seguida pelo crescimento e por maior produção, permitindo que mais riqueza seja dividida pelos vários componentes. (HISRICH E PETERS, 2004).

Neste capítulo, abordam-se os aspectos teóricos e fundamentais desta pesquisa. Inicialmente com a seção “Crescimento econômico na economia capitalista”, onde se apresentam as fases do capitalismo, as teorias que explicam o crescimento econômico e o papel do Estado e políticas públicas para o empreendedorismo, bem como o papel e a importância das MPE's para o crescimento econômico. Em seguida, destacam-se aspectos conceituais do empreendedorismo. Nota-se que, segundo a motivação para empreender, sobressai-se o empreendedorismo por necessidade e oportunidade, juntamente com as características do empreendedor no qual se destaca a inovação, e ressalta-se o teórico principal utilizado na pesquisa. Finaliza-se o capítulo com os aspectos conceituais das Micro e Pequenas Empresas. Deste modo teremos embasamento para melhor compreensão do assunto em estudo.

#### **3.1 Crescimento Econômico na economia capitalista**

A economia de mercado, também chamada de sistema capitalista, foi surgindo em

paralelo à decadência (enfraquecimento) do sistema feudal a partir do século XV. O capitalismo evoluiu ao longo dos séculos até os dias atuais, passando inicialmente por uma fase do capitalismo comercial, também chamada de mercantilismo (Século XV – XVIII). Em seguida, avançou para o capitalismo industrial, que se iniciou com a revolução industrial na Inglaterra (Século XVIII – XIX); no final do século XIX até a crise dos anos 1930 ocorreu a dominância do capital monopolista ou capitalismo monopolista estando atualmente na fase do capitalismo financeiro (iniciado no fim do Século XX), que se caracteriza pela dominância do capital fictício<sup>4</sup> e por grande concentração de capital nas mãos dos bancos e das grandes empresas. (CARVALHO, 2021).

No período do capitalismo comercial, o modelo econômico praticado foi chamado de Mercantilismo e caracterizava-se pelo fortalecimento dos Estados Nacionais e sua forte intervenção na economia. Seu papel era assegurar a máxima acumulação de lucros por parte da burguesia e da aristocracia, bem como disputar os mercados internacionais e o melhor acesso a matérias-primas (PENA, 2020b). Entre o século XVI e o século XVIII, o capital se expandiu da esfera da circulação de mercadorias penetrando na atividade produtiva e transformou a produção em manufatureira.

Na fase do capitalismo industrial, o poder passou para as mãos da burguesia, que começou a crescer com a intensificação do comércio. As ideias de economia dominantes estavam baseadas no liberalismo econômico. Essa corrente de pensamento – cujo principal pensador foi Adam Smith – defendia o Estado mínimo e a não intervenção estatal na economia. Segundo seus defensores, a lei de oferta e procura e a competição do mercado, garantiriam melhores resultados para a sociedade como um todo. O modo de produção vigente permitia o aumento da produtividade, a diminuição dos valores das mercadorias e a acumulação de capital; por outro lado, esses avanços só foram possíveis a partir de condições precárias de trabalho, jornadas de trabalho muito altas, diminuição dos salários e aumento do desemprego. (CARVALHO, 2021).

No último quartel do século XIX até a crise dos anos 1930 foi o período de dominância do capital monopolista ou capitalismo monopolista. Nesse período, predominou a lógica do capital com a concentração e centralização, eliminando a chamada de livre concorrência e

---

4 A categoria “capital fictício” empregada nesse trabalho diz respeito aos títulos que foram emitidos por entidades públicas ou empresas privadas quando do processo de financiamento de capital. São títulos, ações e obrigações que parecem representar um “capital” à espera de “capitalização”, mas que, em momento de crises de mercado financeiro, revela seu caráter fictício com o processo de desvalorização dos títulos.

dando início aos grandes trustes e cartéis que se beneficiaram com as políticas impostas pelos seus Estados nacionais.

Aconteceu o surgimento de grandes empresas, que passaram a se dividir em ações que eram negociadas em bolsa de valores, sendo cada vez mais valorizadas à medida que os lucros das empresas se ampliavam. Nesse período surgiram e se expandiram as Transnacionais, também chamadas de Multinacionais ou Empresas Globais, que rapidamente se instalaram nos vários países, principalmente os subdesenvolvidos, em busca de matéria-prima, mão de obra barata e ampliação do mercado consumidor. Essas empresas, cada vez mais, dominaram o mercado internacional, monopolizando-o. (PENA, 2020b).

O período atual é de capitalismo mundializado ou da globalização. O capital apresenta um processo de dominância financeira e valorização do capital fictício ao redor do mundo, estimulados pelas políticas liberais aplicadas e recomendadas pela Organização Mundial do Comércio (OMC), Fundo Monetário Internacional (FMI) e Grupo Banco Mundial (GBM). Essa fase está baseada nas leis das instituições financeiras e dos grandes grupos empresariais presentes no mundo todo, chamada de capitalismo financeiro ou globalização, é um período caracterizado por elevada concorrência internacional, monopólio comercial, evolução tecnológica, globalização e elevadas taxas de urbanização. Iniciada no final da década de 1970 é o período de domínio e volta da fase liberal, com suas ideias de desregulamentação, privatização e abertura de mercados de bens e capital.

Em todo o período de existência e avanço da economia de mercado sua característica principal é a constante e progressiva expansão e crescimento econômico. A explicação e o motivo que levam esse sistema a crescer são os mais diversos pontos, os economistas clássicos explicam que as inovações tecnológicas, a expansão do comércio mundial, a exportação de capitais e o controle da natalidade são os principais fatores que possibilitam o crescimento econômico e postergamento do estado estacionário<sup>5</sup>. A redução do custo de manutenção do trabalhador e o aumento da produtividade evitam a queda da taxa de lucro e possibilitam maior acumulação e crescimento. O estado estacionário desloca-se no tempo, criando patamares de crescimento e de desenvolvimento econômico. No modelo clássico de crescimento, a mudança econômica depende do crescimento demográfico, dos rendimentos decrescentes da agricultura e do conflito distributivo entre salários, lucros e rendas. Na abordagem clássica, a trajetória temporal do crescimento efetua-se com o declínio da taxa de lucro e com conflito distributivo.

---

5 As características do estado estacionário são: a acumulação de capital anula-se porque a taxa de lucro de mercado torna-se igual à taxa de lucro mínima; os salários de mercado igualam-se, da mesma forma, ao salário de subsistência; a população e a renda são constantes em seu ponto de máximo.

(SOUZA, 1999).

Já na visão de Karl Marx o conflito distributivo realiza-se na órbita do capital e do trabalho, com a exploração dos trabalhadores pelos capitalistas, definidos como proprietários dos meios de produção. Estes, no entanto, não estão imunes às crises do sistema, em face das flutuações periódicas dos negócios. Eles podem incorrer em perdas e entrar em falência, gerando desemprego. A concorrência por fatias crescentes do mercado dá lugar ao surgimento de grandes grupos empresariais, concentração e acumulação de capital. Pequenas empresas encerram suas atividades com a mesma facilidade com que são criadas. O processo de crescimento capitalista, na visão de Marx, ocorre com desemprego de trabalhadores e concentração de renda e de riqueza. (SOUZA, 1999).

Na abordagem neoclássica predomina uma visão otimista do processo de produção. O crescimento econômico gera distribuição equitativa para todos os agentes econômicos segundo sua contribuição ao processo produtivo. Ademais, supõem que o crescimento econômico tende a elevar os salários reais dos trabalhadores a longo prazo, tendo em vista a contínua demanda de trabalho. Para isso, contribui a mecanização do trabalho, que aumenta sua produtividade, gerando rendas médias maiores tanto para os capitalistas como para os trabalhadores (SOUZA, 1999).

Uma primeira corrente de economista, de inspiração mais teórica, considera crescimento como sinônimo de desenvolvimento, enquadrando-se na primeira corrente os modelos de crescimento de tradição neoclássica, como o de Solow-Meade. Já uma segunda corrente, voltada para a realidade empírica, entende que o crescimento é condição indispensável para o desenvolvimento, mas não é condição suficiente, enquadrando-se nesta corrente os de inspiração keynesiana, como os de Harrod, Domar e Kaldor. (SOUZA, 1999).

Ainda associados a essa noção, emergem os modelos que enfatizam apenas a acumulação de capital, solução simplificadora da realidade, que coloca todos os países dentro da mesma problemática. A ideia é a de que o crescimento econômico, distribuindo diretamente a renda entre os proprietários dos fatores de produção, engendra automaticamente a melhoria dos padrões de vida e o desenvolvimento econômico. (SOUZA, 1999).

Para Schumpeter (1982), o empreendedorismo é fator determinante do crescimento econômico, pois parte do princípio de que o empreendedor promove o progresso econômico por meio da “destruição criativa” e “acumulação criativa”, a função do empreendedor como destruidor criativo é a concepção de novos mercados, indústrias, produtos e métodos de produção capazes de modificar os padrões de consumo atuais da economia, de tal forma que

estes se tornam visualmente obsoletos. Deste modo, o progresso econômico é estimulado pela busca incessante de inovação.

Vale ressaltar que para Schumpeter apenas as grandes empresas têm o poder de gerar inovações, pelos seguintes motivos: possuem poder de mercado e grande potencial financeiro, são capazes de investir grandes montantes em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) que, por consequência, promove inovações. A análise de Schumpeter, coloca em destaque o dinamismo da oferta na explicação do crescimento econômico. Não há uma preocupação com a taxa de salários e com o nível da demanda efetiva. Enquanto novos produtos e novos processos de produção estiverem sendo adotados pelo empresário inovador, com auxílio do crédito bancário, a economia estará em crescimento. (SOUZA, 1999).

Mais recentemente, a partir da teoria do Crescimento Endógeno de Lucas (1988), Audrestch, Keilbach e Lehmann em 2006, fundamentaram a Teoria do Empreendedorismo pelo Transbordamento do Conhecimento, a qual tem como pressuposição de que o empreendedorismo é uma resposta endógena aos investimentos em P&D que não foram completamente aproveitados. Para esses autores, o empreendedorismo contribui para o crescimento econômico por favorecer o transbordamento e a comercialização do conhecimento.

Crescimento econômico está diretamente relacionado com variáveis, tais como: população, comércio internacional, nível de educação, capital, investimentos, P&D, tecnologia, inovação, empreendedorismo, dentre outros. Em termos gerais, pode-se dizer que o crescimento econômico é conduzido por fatores que interagem entre si. Por exemplo, a ampliação do nível educacional em um país favorece o P&D, que pode gerar aumento tecnológico, inovação e empreendedorismo. (ALMEIDA, 2016).

### **3.1.1 Estado e políticas públicas para o empreendedorismo**

No que diz respeito ao estudo do papel do Estado, quanto aos seus objetivos, as suas funções e suas ações são motivos de relevantes controvérsias. A visão predominante defende que o Estado não deve interferir na dinâmica natural do mercado e, no máximo, deve atuar corrigindo as falhas de mercado. (COSTA FILHO, 2015).

Apresentando outra abordagem, a corrente keynesiana defende que o Estado é uma instituição complementar à economia de mercado na busca de eficiência macroeconômica e social. Essa corrente, embora reconheça as virtudes da economia capitalista, constata a existência de problemas econômicos, como o desemprego, recessão, inflação etc. Verificaram, também, a existência de problemas sociais, como má distribuição de renda, necessidade de

saúde e educação pública, questões de defesa do meio ambiente etc., que são característicos dessa realidade, necessitando, assim, da atuação de um agente externo (o Estado) para solucioná-lo e, dessa forma, possibilitar que o capitalismo possa manter a sua dinâmica virtuosa de crescimento e progresso para a humanidade. (COSTA FILHO, 2015).

Divergindo das visões anteriores, a corrente marxista mostra como o Estado capitalista burguês existe para preservar e legitimar o sistema capitalista. O Estado é um estado de classe, no qual a classe que mantém uma supremacia, é a classe burguesa. Muito embora essas visões sejam divergentes, elas mostram que o Estado faz parte da realidade capitalista. Desse modo, o Estado tem atuado ao longo da história desse sistema em favor do desenvolvimento do capitalismo. (COSTA FILHO, 2015).

As ideias antiestado disseminaram uma falsa oposição, a chamada teoria do pêndulo: Mercado X Estado. O Estado faz parte de sua constituição orgânica; nasceu com o capitalismo, viabilizou a gênese e o desenvolvimento do capitalismo, cresceu e se expandiu em favor da economia de mercado. O capitalismo só triunfa quando ele se identifica com o Estado, quando ele é o Estado. (BRAUDEL apud ARRIGHI, 1996).

Nas políticas de desenvolvimento regional observam-se novas interpretações para as funções do Estado, tendo-se em vista sua segmentação e também as parcerias estabelecidas entre o Estado e a sociedade civil. Um dos elementos centrais da nova economia regional consiste nas “ações coletivas”, e essas só se desenvolvem com eficiência se forem institucionalizadas para que possibilitem o desenvolvimento e crescimento econômico da região. (AMARAL, 2001).

O papel do Estado nos novos paradigmas de desenvolvimento regional/local, segundo a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), tem-se baseado fortemente no resultado de processos e de dinâmicas econômico-sociais determinados por comportamentos dos atores, dos agentes e das instituições locais. Há um amplo consenso em relação à ideia de que os processos e as instâncias locais levam enorme vantagem sobre as instâncias governamentais centrais, na medida em que estão mais bem situadas em termos de proximidade com relação aos usuários finais dos bens e serviços. Nessa perspectiva, supõe-se que as instâncias locais podem captar melhor as informações, além de poderem manter uma interação, em tempo real, com produtores e com consumidores finais.

O novo papel do Estado, no desenvolvimento local/regional, tem-se balizado em um “modo de intervenção pragmático”, o qual não valoriza em absoluto o princípio neoliberal nem o princípio do dirigismo estatal. Quanto ao primeiro, esse não aceita a crença cega de que o mercado e os preços sejam os únicos mecanismos de coordenação das ações dos agentes.

Quanto ao segundo, esse não aceita o dirigismo generalista que leva à burocracia pesada, à hierarquia rígida e ao desperdício financeiro. (AMARAL, 2001).

O Estado não deve funcionar como uma máquina, e sim como um sistema aberto, ao mesmo tempo atento às nuances de seu ambiente, mais interativo com seus parceiros, além disso, sensível à informação que recebe como retorno dos utilizadores dos bens e serviços. (SABEL, 1996).

Neste contexto, o empreendedorismo, tal como é aqui descrito neste trabalho, só é possível no capitalismo moderno. De acordo com Martes (2010), nas últimas décadas, o termo empreendedorismo vem sendo largamente empregado nos estudos de Administração de Empresas, Economia, Sociologia Econômica. Empreender não é mais uma atividade restrita à iniciativa privada, pois passou a englobar o Terceiro Setor e a Administração Pública; não mais circunscreve o espaço da inovação, mas também das mudanças adaptativas, etc. Para Schumpeter, inovar produz tanto desequilíbrio quanto desenvolvimento (diferente de crescimento econômico enquanto mero aumento do capital), numa situação específica em que a competição moderna entre os capitalistas não se dá por meio do preço, mas sim da tecnologia.

O empreendedorismo tem sido o foco das políticas públicas na maioria dos países. No mundo, o crescimento do empreendedorismo acelerou a partir da década de 1990 e cresceu em proporção. Dez anos depois, no ano 2000, o que pode ser observado nas ações desenvolvidas relacionadas com o tema. Alguns exemplos de ações desenvolvidas são: programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; desenvolvimento de currículo integrados que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis, da educação fundamental à universitária; programas e incentivos governamentais para promover a inovação e transferência de tecnologia; subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à criação de negócios; programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas; desenvolvimento de instrumentos para fortalecer o reconhecimento da propriedade intelectual, entre outros. (DORNELAS, 2014).

Entre estas ações podemos destacar programas de incubadoras de empresas e parques tecnológicos. Uma incubadora de empresas pode ser denominada de “fábrica de empresas”, pois, tem sido o instrumento mais eficiente de apoio às pessoas que desejam transformar seus projetos em produtos e serviços, e um estímulo à criação de novos negócios. Abriga empresas emergentes, em vários ramos de negócios, nos seus dois primeiros anos de vida, servindo como um suporte ao empreendedor nascente. Como consequência, temos a criação de novos empregos diretos e indiretos, havendo fortalecendo socioeconômico e desenvolvimento tecnológico da

região. (DOLABELA, 2008).

Já os parques tecnológicos, segundo ANPROTEC, formam um complexo produtivo industrial e de serviços de base científico-tecnológica. Têm caráter formal, concentrado, cooperativo, são planejados, agregando empresas cuja produção se baseia em P&D. Portanto, os parques agem como promotores da cultura da inovação, da competitividade e da capacitação empresarial, fundamentados na passagem de conhecimento e tecnologia, com objetivo de incrementar a produção de riqueza de uma determinada região.

Vale ressaltar que o interesse pelo empreendedorismo está além das ações governamentais nacionais, chamando também a atenção de muitas organizações e entidades multinacionais, como ocorre nos Estados Unidos, na Europa, e na Ásia. “Há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos”. (DORNELAS, 2014, p.11).

Reconhecido o empreendedorismo como um fator determinante para o crescimento econômico das sociedades, a coesão social e a realização pessoal, constata-se que as regiões mais desenvolvidas têm disseminado, entre as suas políticas educativas, o desenvolvimento das competências empreendedoras. Por isso mesmo, ao longo das duas primeiras décadas do século XX, tornou-se uma prioridade entre as políticas educativas de vários países e organizações. No entanto, se na primeira década o foco era simplesmente nos negócios, atualmente verificam-se outras tendências, que resultam das mudanças exponenciais verificadas a nível global. Entre elas salienta-se o predomínio do digital, a resolução dos problemas da saúde e longevidade, a preservação sustentável do ambiente e a coesão social. Estas são tendências incontornáveis quando se pretende desenhar e implementar produtos e serviços inovadores e de valor em qualquer região do mundo. (JARDIM, 2020).

Existem muitos modos para promover o empreendedorismo nas regiões. No entanto, para que venham a originar comportamentos e negócios inovadores, impõe-se a definição de políticas promotoras da cultura empreendedora, bem como a criação de estruturas e organizações cuja finalidade principal seja dar suporte técnico aos empreendedores na elaboração, concretização, avaliação e expansão dos seus modelos de negócio. (AHMED *et al.*, 2020; GUIMARÃES, 2002; JARDIM E SILVA, 2019).

As regiões empreendedoras definem políticas e estratégias inovadoras que fazem convergir sinergicamente ações educativas, culturais, acadêmicas e empresariais conducentes à ativação das determinantes do empreendedorismo. Deste modo, neste tempo global, tecnológico e complexo, formam-se ecossistemas regionais favoráveis à criação de produtos e serviços originais e de valor. Por isso mesmo, um dos desafios mais prementes das sociedades

atuais é que sejam desenhadas políticas e estratégias econômicas e sociais convincentes e inovadoras, capazes de mobilizar pessoas, instituições e empresas num desígnio de crescimento econômico, de coesão social e de sucesso organizacional. (JARDIM, 2020).

Um dos exemplos mais conhecidos de região que cresceu a partir do empreendedorismo e do desenvolvimento tecnológico é Palo Alto, na Califórnia (EUA). Mundialmente conhecida como Silicon Valley, conseguiu oferecer uma estrutura para a criação de verdadeiros gigantes da tecnologia, como a Microsoft e, com a sua cultura e ecossistema natural extremamente ricos, continua a atrair investidores e novos empresários que buscam no local parcerias e oportunidades para também verem crescer os seus modelos de negócios (CRARY E WALLACE, 2018; ESTER, 2017; HUGGINS E THOMPSON, 2015).

No Brasil o conceito de cidades empreendedoras ainda está em amadurecimento, mas já existem iniciativas de incentivo, com a criação de núcleos voltados para a tecnologia em cidades como Recife (PE), onde foi criada uma área específica para a reunião de pequenas empresas e incubadoras ligadas à área de tecnologia. Em algumas regiões do Brasil o empreendedorismo tem ganho progressivamente maior visibilidade.

Nos países da União Europeia (UE), importa referir que têm sido envidados esforços para promover o espírito de iniciativa e a capacidade de criação de novas empresas nas diferentes regiões da União. Sendo necessário aumentar o seu grau de competitividade e produtividade, e sendo imprescindível aumentar o número de empresas e empresários, foi sugerida e impõe-se a reformulação dos programas educativos, incluindo o empreendedorismo como um dos seus elementos-chave (EUROPEAN COMMISSION, 2006; RINGARP, 2013).

O aumento significativo da educação para o empreendedorismo é uma tendência na Europa, como forma de promover habilidades empreendedoras gerais e específicas, e de melhorar o desempenho escolar e acadêmico. Este aumento é o resultado da política educacional europeia, que se tem vindo a adaptar à evolução das circunstâncias históricas (JOHANSEN, 2014; NIEMEYER, 2018).

Em Portugal destaca-se a Agência para a Competitividade e Inovação (IAPMEI), cujos objetivos principais são: promover a competitividade, o crescimento empresarial e assegurar o apoio à concepção, execução e avaliação de políticas dirigidas à atividade industrial, visando o reforço da inovação, do empreendedorismo e do investimento empresarial nas empresas que exerçam a sua atividade nas áreas sob a tutela do Ministério da Economia, designadamente das empresas de pequena e média dimensão, com exceção do setor do turismo e das competências de acompanhamento neste âmbito atribuídas à Direção-Geral das Atividades Económicas. Também com funções de apoio ao empreendedorismo, o Instituto do Emprego e Formação

Profissional (IEFP) apoia os jovens empreendedores, tanto sob a forma de cursos de formação profissional e de aprendizagem ao longo da vida, como de publicação de manuais práticos e da revista *Dirigir & Formar*, com publicação trimestral. (ALVES-JESUS; IAPMEI, 2019; MIRANDA; FERNANDES; MOREIRA, 2016).

Dvouletý (2017) investigou as determinantes da atividade empreendedora nos países nórdicos<sup>6</sup> durante o período de 2004-2013, visando fornecer material de apoio para a definição de políticas empreendedoras naqueles países, tendo como foco específico o papel do empreendedorismo impulsionado pela necessidade/oportunidade, bem como as barreiras administrativas e a investigação/desenvolvimento. Os resultados obtidos evidenciaram, por um lado, uma relação positiva entre a taxa de desemprego, PIB *per capita* e atividade empresarial; e, por outro lado, comprovaram um impacto negativo das barreiras administrativas, não tendo sido observado impacto positivo estatisticamente significativo do setor de investigação e desenvolvimento. Numa tentativa de categorização e conceitualização, pode-se agrupar em seis categorias de indicadores num painel de indicadores de empreendedorismo: empresas, recursos humanos, inovação, economia social, iniciativa e conhecimento (Leitão, 2006).

No Brasil, o SEBRAE é uma entidade privada e sem fins lucrativos, cuja missão principal reside na criação, apoio, desenvolvimento e promoção de micro e pequenas empresas em território brasileiro. Com 700 postos de atendimento e cerca de 5000 colaboradores diretos, alocados em todos os estados do Brasil, a agência presta serviços de consultoria a empreendedores, presentes e futuros, nas mais variadas áreas do mundo empresarial, desde as finanças, a gestão, o marketing, os recursos humanos, a produção, o direito, a qualidade, a tecnologia da informação, o comércio internacional, entre outros. (FERNANDES, 2019).

Um país empreendedor oferece oportunidades e infraestruturas para ajudar o empreendedor a criar, e gerir, o seu negócio (FERREIRA *et al.*, 2008; SARKAR, 2014). A existência de universidades empreendedoras, de investimento governamental e privado, de incubadoras e a presença de profissionais qualificados, tanto locais como advindos de outras regiões, origina, em geral, um contexto favorável ao crescimento da cultura empreendedora, com a correspondente capacitação para a criação de empresas, o que auxilia o desenvolvimento sustentável de uma região (BERÁCS, 2014; ETZKOWITZ E ZHOU, 2017; FREITAS E KITSON, 2018).

---

<sup>6</sup> Os países nórdicos constituem uma região da Europa setentrional e do Atlântico Norte, composta pela Dinamarca, Finlândia, Islândia, Noruega e Suécia, e as regiões autónomas das Ilhas Faroé, arquipélago da Åland e Groenlândia.

Problema público e fator comum nesses contextos, a informalidade dos micro negócios (SILVA, FONSECA E SANTOS, 2016; HALLAK E RAMOS, 2014) carece de iniciativas do poder público para o fomento de sua formalização e a criação de novos empreendimentos, especialmente em ambientes com alto desemprego e baixo desenvolvimento econômico.

### **3.1.2 Papel e importância das MPE's e crescimento econômico**

Superestima-se, sempre, a importância dos grandes negócios devido, talvez, à sua alta visibilidade. No entanto, as micro e pequenas empresas, embora menos conspícuas, são um componente vital de nossa economia. Isto é o que se desprende do que assinalam Longenecker, Barros e Carvalho (1997), quando afirmam que “como parte da comunidade empresarial, as pequenas empresas contribuem inquestionavelmente para o bem-estar econômico da nação”.

As micro e pequenas empresas representam um pilar fundamental para a economia do país, desempenhando um papel de suma importância para o desenvolvimento da nação. Destaca-se também sua importância para o crescimento da economia dos municípios, principalmente para os localizados fora das regiões metropolitanas. (SEBRAE, 2018).

Por sua vez, GRAZIADIO (1996) destaca que entre os fatores importantes relativos às micro, pequenas e médias empresas, estão a capacidade de empregar grande volume de mão de obra; organizações com estruturas mais enxutas, flexíveis e com poucos níveis hierárquicos; e a facilidade de adaptação a situações de mudança e inovação.

As empresas de pequeno porte apresentam, no mínimo, três contribuições para a economia. A primeira contribuição é o seu impacto no mercado de trabalho expresso pela geração de novas vagas de emprego e, por esse motivo, contribui, automaticamente, com a redução da pobreza. A segunda contribuição refere-se ao fato de que elas são fontes inesgotáveis de atividades e inovação, o que colabora no desenvolvimento do talento empreendedor. E a terceira, por dar impulso e incentivo à economia pela abertura de novos empreendimentos e introdução de novas atividades. (WORLD BANK, 2006).

Empreender requer a análise do campo no qual o empreendedor está inserido, dentre o qual se destacam as MPE's, e administrá-las desde o início de operacionalização para muitos ainda é um grande desafio. Em alguns países, as MPE's têm recebido destaque nas políticas públicas e, consecutivamente, o empreendedorismo é objeto de ações que efetivam este negócio. É possível afirmar, diante do contexto apresentado, que as MPE's significam parcela relevante na economia mundial e do Brasil. (FILION, 2008).

As MPE's são fundamentais para a economia do país e, por isso, têm sido alvo cada vez maior de políticas específicas com a finalidade de promoverem e contribuírem para a sua sobrevivência no mercado. Dentre tais políticas aponta-se como exemplo a referida Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas. A lei tem como finalidade criar facilidades em questões tributárias. (TAVARES, 2008).

As contribuições das MPE's para a economia, em resumo, representam: emprego e renda familiar, escola de mão de obra, complemento na cadeia produtiva, flexibilidade para pequenos nichos, consolidação do *franchising*, que desemprega executivos e técnicos e terceirização dos serviços públicos (DOLABELA, 2008).

As pequenas empresas conseguem com maior facilidade satisfazer a crescente necessidade de especialização por meio da fragmentação de atividades capazes de integrar tecnologia, qualidade e competitividade. Constituem o núcleo da dinâmica da economia dos países as entidades impulsionadoras do mercado, as geradoras de oportunidades, aquelas que proporcionam empregos mesmo em situações de recessão. (CHIAVENATO, 2012).

Atualmente já se reconhece a importância das pequenas empresas como atores centrais no desenvolvimento econômico e sustentável das nações (RUDENKO *et al.*, 2015), como responsáveis pela maioria da criação de novos empregos (CATANA E DELCEA, 2012; MOSCARINI E POSTEL-VINAY, 2012) e contribuindo para o desenvolvimento estrutural dos locais onde se instalam, sendo também incentivo ao empreendedorismo (ABUBAKAR E MITRA, 2009).

### **3.2 Empreendedorismo: aspectos conceituais e seu teórico principal**

Partindo de uma análise histórica que se inicia na Roma antiga, Baumol reúne evidências para sustentar que o talento empreendedor é um tipo de matéria prima que existe por toda parte e que sempre existiu: “Sempre houve indivíduos imaginativos, inventivos e tomadores de risco que seguiram a avenida mais proeminente então disponível na busca por riqueza, poder e prestígio”. (BAUMOL, 2007, p. 166).

Cruz Jr. *et al.*, (2006) evidenciam que a palavra “empreendedorismo” foi traduzida do inglês *entrepreneurship*, que foi derivada do latim *imprehendere*, tendo o significado de empreender. Seu surgimento na língua portuguesa ocorreu no século XV. Por outro lado, outros autores argumentam que o termo “empreendedor” (*entrepenuer*) tem origem francesa e, a partir dos séculos XVII e XVIII, o empreendedor era a pessoa que intermediava as relações de troca

entre compradores e fornecedores (DORNELAS, 2014; OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; SANTOS, 2014).

Atualmente, o empreendedorismo revela-se um campo marcado pela interdisciplinaridade com a presença de abordagens econômicas (ex. KIRZNER, 1977; HIRSCH, 1990; SCHUMPETER, 2002), psicológicas (ex. MCCLELLAND, 1988) e da administração (ex. DRUCKER, 1987).

Segundo Costa, Barros e Carvalho (2011), na literatura, encontram-se três abordagens correntes do empreendedorismo: a primeira comportamental, a segunda gerencial e a terceira econômica. Na abordagem comportamental, observa-se que o foco do empreendedor está nas dimensões sociais como: educação, formação e família, já que isso afeta o seu comportamento e suas ações inovadoras no cotidiano. Já na abordagem gerencial, o empreendedor é visto como o mediador e/ou facilitador de organizações, isto é, ele busca se relacionar com outras empresas em prol do crescimento de uma região; e na abordagem econômica, o empreendedor é a figura central do capitalismo e suas ações estão relacionadas à criação de novas empresas, lucratividade e diversificação de mercados (REIS, 2016). Para Dornelas (2014), atualmente, a nova abordagem chama-se: era do empreendedorismo. Ela possibilita a eliminação de barreiras comerciais, culturais, cria novos comportamentos, abre mercados globais, encurta distâncias, quebra paradigmas globais e gera riqueza à sociedade.

Schumpeter associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios. “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias” (SCHUMPETER 1961). Portanto, o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada. Há, então, o processo de “destruição criativa” com a introdução de novos produtos ou serviços em substituição aos que eram utilizados. As vantagens do processo de “destruição criativa” para a população e o país são evidentes. Ambos, vão dispor, por meio da criatividade dos empreendedores, a cada novo dia, de novos empregos, de novos produtos e serviços mais eficientes e mais baratos para atender às suas necessidades e para exportar para outros países.

O empreendedorismo é o processo de criar algo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência, ou seja, o empreendedorismo é visto como o processo de criar algo e assumir os riscos e as recompensas. Há quatro aspectos básicos de ser empreendedor. O primeiro envolve o processo de criação, onde a criação tem que ter valor para o empreendedor e para o público para o qual é

desenvolvida. (HISRICH E PETERS, 2014).

O segundo exige dedicação do tempo e do esforço necessário, pois somente aqueles que se dedicam a um empreendimento apreciam a expressiva quantidade de tempo e de esforço exigida para criar algo e torná-lo operacional. Assumir os riscos necessários é o terceiro aspecto do empreendedorismo; os riscos se concentram em torno das áreas financeiras, psicológicas e sociais. A parte final da definição envolve as recompensas de ser empreendedor, onde a mais importante dessas recompensas é a independência, seguida da satisfação pessoal. Vale ressaltar que, para os empreendedores que buscam o lucro, a recompensa econômica também entra em questão. Para alguns empreendedores, o dinheiro torna-se o indicador do grau de sucesso. (HISRICH E PETERS, 2014).

### **3.2.1 Motivação para empreender: necessidade ou oportunidade**

O empreendedorismo pode ser definido como “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2015, p. 30). Segundo motivação para empreender, o estudo do GEM destaca dois tipos de empreendedorismo no Brasil: empreendedorismo de oportunidade e empreendedorismo de necessidade. No primeiro destaca-se o empreendedor visionário, este sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riquezas. E o segundo tipo é o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. (DORNELAS, 2014).

Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e a de seus familiares. Já no que concerne aos empreendedores por oportunidade, o GEM define-os como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda. (GEM, 2016).

No ano de 2018, observou-se no relatório executivo GEM, um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade no Brasil. Para cada empreendedor inicial por necessidade em 2017, havia 1,5 empreendedores por oportunidade; em 2018, essa relação chega a 1,6. Esse pequeno aumento de empreendedores por oportunidade

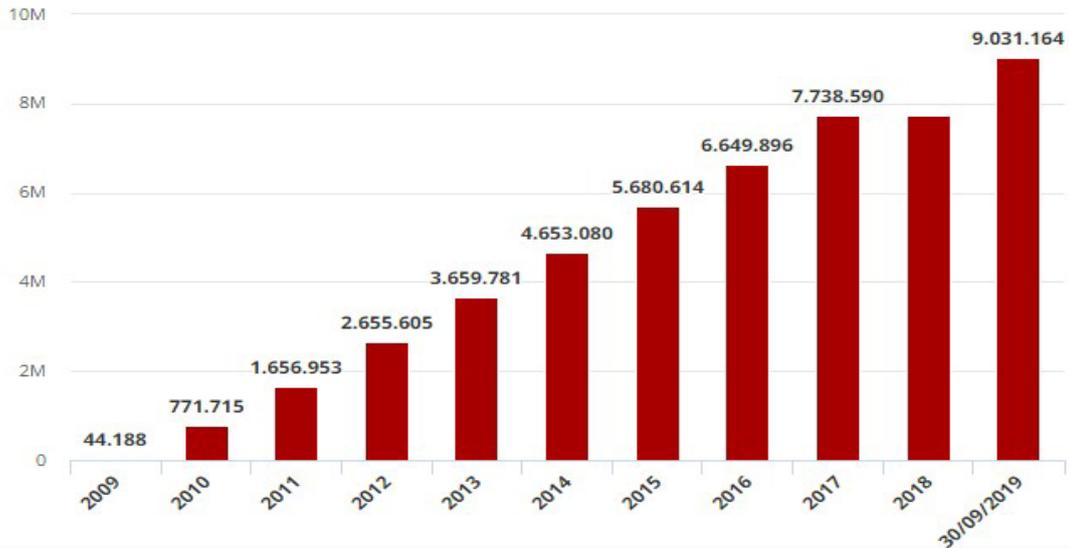
é positivo para o país, quando a motivação é por oportunidade os empresários podem escolher a melhor opção, ou seja, os negócios se unem com a capacidade empresarial. (GEM, 2018).

O empreendedor por oportunidade tem mais capacidade de atuar no mercado empresarial, pois se origina da exploração de novas atividades. Esse tipo de empreendedor tem efeito positivo e significativo para o crescimento da economia, enquanto o empreendedor de necessidade, que empreende como meio de sobrevivência, não tem efeito sobre o desenvolvimento econômico. Apresenta-se como justificativa para o seu pensamento, a queda do Muro de Berlim, quando trabalhadores tiveram seus empregos extintos e se viram forçados a empreender por necessidade, não havendo impacto na economia nacional por meio do empreendedorismo. (ACS, 2006).

Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo, quando por necessidade, está mais associado à situação econômica de cada país, propendendo a diminuir quando existe uma oferta de emprego maior. Existe uma parcela considerável de empreendedores que iniciam seu negócio por necessidade. Nessa condição, a possibilidade dessas MPE's virem à mortalidade é relativamente maior, pois o empreendedorismo engloba muito mais do que apenas a necessidade de ter uma renda e, portanto, necessita de vários outros conhecimentos. “Ao contrário do empreendedor inovador que fareja uma oportunidade de negócio, o empreendedor por necessidade pouco contribui para o dinamismo da economia local. Obviamente que sua atividade, mesmo quando de baixa produtividade e renda, constitui uma ocupação alternativa ao desemprego”. (BARROS E PEREIRA, 2008, p. 989).

De acordo com dados do GEM (2015), é relevante evidenciar que a alta taxa de empreendedorismo pode ser percebida em países carentes de estabilização, sucessivos de crises econômicas e sociais. Desse modo, pode-se inferir a possibilidade de que muitos dos empreendedores brasileiros estão no ramo por uma escassez na oferta de emprego formal no mercado. Situação essa, que fica exposta nos relatórios que analisam o nível do empreendedorismo anualmente do GEM, pois se observou que durante os anos de agravamento da crise no país, concomitantemente, ocorreu um aumento no número de empreendedores por necessidade.

Simultaneamente com o empreendedorismo, o número de micro empreendimentos no Brasil também vem crescendo ao longo dos últimos anos, fato este, constatado a partir de dados do SEBRAE e evidenciado no gráfico 1.

**Gráfico 1 - Evolução do Microempreendedor individual (MEI) no Brasil**

Fonte: Portal do Empreendedor (2019)

Além disso, é fundamental para a pesquisa GEM a categorização desses empreendedores segundo o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Ou seja, empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos. Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos). Já os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses. (GEM 2019).

### 3.2.2 Características dos empreendedores

Muitos pesquisadores buscaram identificar as características de empreendedores de sucesso, pois entendem que o comportamento do empreendedor influencia o desenvolvimento das organizações. Referência no assunto, McClelland (1972), psicólogo da Universidade de Harvard, em seus estudos classificou o empreendedor entre outros adjetivos como: habilidoso, visionário, criativo, versátil, inteligente, perceptivo, confiante, perseverante e diligente. Os resultados de suas pesquisas revelaram que as pessoas são motivadas por três tipos de

necessidades: *n-Achievement* (Necessidade de realização pessoal); *n-Power* (Necessidade de autoridade e poder); *n-Affiliation* (Necessidade de afiliação).

Outros estudos, realizados por McClelland (1972) e Winter (1971) foram base para o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), tendo em vista a capacitação de empreendedores. O projeto identificou dez principais características comportamentais do empreendedor (CCEs), estando divididas em três conjuntos de comportamentos distintos: Realização; Planejamento e Poder, conforme quadro 1.

**Quadro 1- Características Comportamentais Empreendedoras**

<b>CATEGORIA: REALIZAÇÃO</b>
Busca de oportunidades e iniciativa
Correr riscos calculados
Persistência
Exigência de qualidade e eficiência
Comprometimento
<b>CATEGORIA: PLANEJAMENTO</b>
Busca de informações
Estabelecimento de metas
Planejamento e monitoramento sistemáticos
<b>CATEGORIA: PODER</b>
Persuasão e redes de contato
Independência e autoconfiança

Fonte: Adaptado de McClelland (1972) *apud* Dias *et al* (2010)

O que os empreendedores fazem está ligado à maneira como interpretam o que está ocorrendo em um setor em particular do meio. “Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (FILION, 2000, p. 3). Sendo assim planejadores. Todavia, outras características comuns a empreendedores bem-sucedidos foram identificadas por Filion, conforme quadro 2.

**Quadro 2 - Características de empreendedores bem-sucedidos**

- Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a sua juventude
- Experiência em negócios
- Diferenciação
- Intuição
- Envolvimento
- Trabalhadores incansáveis
- Sonhadores realistas (visionários)
- Líderes
- Trabalham em rede com moderação
- Têm o seu próprio sistema de relações com os empregados

- **Controladores do comportamento das pessoas ao seu redor**
- **Aprendizagem dos seus próprios padrões**

Fonte: Fillion (2000) adaptado

O empreendedor possui as seguintes características: é o mais velho da família; geralmente é casado; em geral é homem; inicia seu negócio significativo os quarenta anos, mas sua tendência empreendedora fica evidente na adolescência; geralmente tem o ensino superior; seu principal motivo para iniciar um negócio é ser independente; precisa de sorte, baseia-se no conselho administrativo de profissionais de fora da empresa; saem-se melhor com realizadores; arriscam-se moderadamente; não se diferencia dos outros em uma festa; apaixonar-se por: novas ideias, novos funcionários, novas ideias de fabricação, novos planos financeiros. (HISRICH E PETERS, 2004).

Em um estudo realizado por Schmidt e Bohnenberg (2009), verificou-se as relações entre as características do perfil empreendedor e o desempenho organizacional, onde o instrumento de medição foi construído e validado. O resultado sugere que o perfil empreendedor é constructo multidimensional, composto por seis características: 1) Autorrealização, 2) Líder, 3) Planejador, 4) Inovador, 5) Assume Riscos e 6) Sociável. Somente Autorrealização mostrou-se relacionada ao desempenho organizacional.

O empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem, pois tem sensibilidade para o negócio, inteligência financeira e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades. Três características básicas permitem identifica-los. A primeira característica é a Necessidade de realização, onde os empreendedores apresentam elevada necessidade de realização em relação à população em geral. A segunda é disposição para assumir riscos, para iniciar ou trocar seu próprio negócio. Terceira característica é Autoconfiança, onde sente que pode enfrentar galhardamente os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. (CHIAVENATO, 2012).

Para Dornelas (2014), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, são somados a características sociológicas e ambientais, conforme quadro 3.

### **Quadro 3 - Características dos empreendedores de sucesso**

- **São visionários**
- **Sabem tomar decisões**
- **São indivíduos que fazem a diferença**
- **Sabem explorar ao máximo as oportunidades**
- **São determinados e dinâmicos**

- São dedicados
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem
- São independentes e constroem o próprio destino
- Ficam ricos
- São líderes e formadores de equipes
- São bem relacionados (networking)
- São organizados e planejam
- Possuem conhecimento
- Assumem riscos calculados
- Criam valor para a sociedade

Fonte: Dornelas (2014) adaptado

Nos estudos realizados por McClelland (1972), Fillion (2000), Hisrich e Peters (2004), Schmidt e Bohnenberg (2009), Chiavenato (2012) e Dornelas (2014) são comuns as seguintes características empreendedoras: realização, assumir riscos calculados, são líderes, inovador, planejador, visionário, autoconfiança e bem relacionados (networking).

O empreendedor tem sensibilidade para realização de algo novo no mercado, que ainda não foi explorado por nenhum outro. Nem sempre os empreendedores terão todas essas características citadas, logo são seres humanos e não super-heróis, podendo haver características marcantes em alguns, características a serem desenvolvidas.

### 3.2.2 Empreendedorismo e inovação

A inovação é considerada a característica empreendedora mais citada pelos mais diversos autores. A palavra inovação tem sua origem no latim *in* e *novare*, que significam fazer algo novo ou alterar algo existente. Segundo Gomes (2005), a concepção que o economista Say tinha do empreendedor era de alguém que inova e é agente de mudanças, continua até hoje. Mas foi Schumpeter entre os anos de 1883 a 1950 quem deu projeção ao tema, unindo definitivamente empreendedorismo ao conceito de inovação e apontando-o como um componente que impulsiona e explica o desenvolvimento econômico.

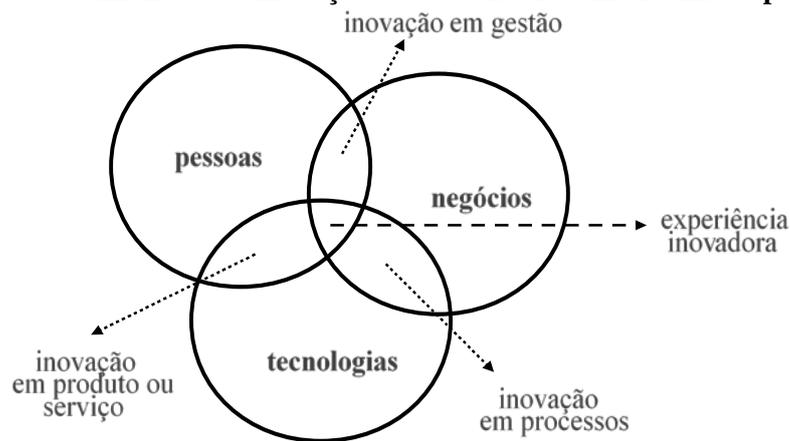
Schumpeter (1982) faz uma distinção entre inovação e invenção. Para ele, a invenção pode ser considerada uma ideia, um esboço ou um modelo para um novo ou melhorado produto, processo ou sistema. Uma inovação, no sentido econômico, somente é completa quando há uma transação comercial envolvendo uma invenção e assim gerando riqueza. Para este autor, o motor que move o desenvolvimento do capitalismo é a inovação.

Drucker (2003) conceitua inovação como sendo a atribuição de novas capacidades aos recursos existentes na empresa para gerar riqueza. Para ele, inovação é o instrumento dos

empreendedores, o processo pelo qual se explora a mudança como uma oportunidade para diferenciar-se, agregar valor e crescer economicamente. Na visão de Say, entre os anos de 1767 a 1832, Schumpeter, entre 1883 a 1950, e Drucker (2003), inovação é a mudança que permite, atribuir novas capacidades aos recursos gerando assim riqueza para organização, o que leva ao desenvolvimento econômico.

Kelly (2005) explica a complexidade do processo gerador de inovação que mesmo não ampliando as dimensões externas da organização, requer o envolvimento, conhecimento e conexões pessoais, estratégicas e tecnológicas, representadas na Figura 1, através da interseção de conjuntos. A experiência inovadora ocorre quando há interação entre pessoas, negócios e tecnologia. Quando há interação entre pessoas e tecnologia, tem-se inovação em produtos ou serviços. Inovação em gestão ocorre com a interação entre pessoas e negócios. A inovação em processo ocorre quando há interação entre negócios e tecnologias.

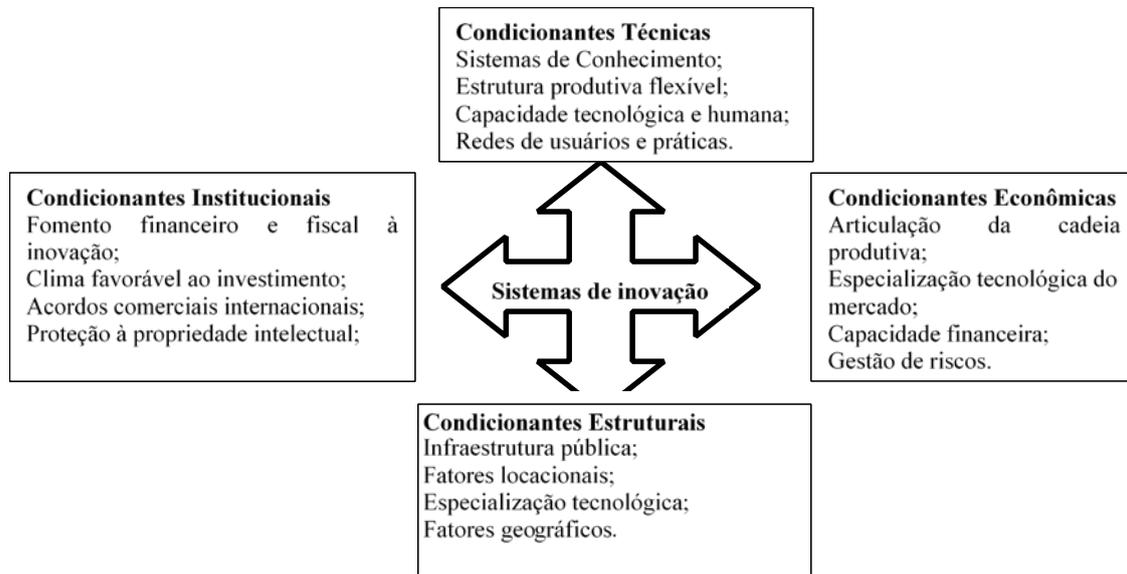
**Figura 1- Ilustração das dimensões da inovação baseado no trabalho realizado por Tom Kelly.**



Fonte: Kelly (2005)

Já Tigre (2006, *in* Santos, 2012) propôs um conjunto de fatores condicionantes que, de forma ordenada e articulados, poderão resultar em sistemas de inovação”. O resultado está sintetizado na figura 2.

**Figura 2- Fatores condicionantes da inovação.**



Fonte: Adaptado de Tigre (2006, *in* Santos, 2012).

Tom Kelly (2005) ilustra as dimensões da inovação através da interseção de conjuntos: pessoas, negócios e tecnologia. Já Tigre (2006, *in* Santos, 2012), demonstra fatores condicionantes da inovação. Entre as Condicionantes Técnicas tem-se: sistemas de conhecimento, estrutura produtiva flexível, capacidade tecnológica e humana, redes de usuários e práticas. Condicionantes Econômicas destacam-se: articulação produtiva, especialização tecnológica do mercado, capacidade financeira, gestão de riscos. Condicionantes Estruturais tem-se: infraestrutura pública, fatores locacionais, especialização tecnológica, fatores geográficos. Condicionantes Institucionais evidenciam-se: fomento financeiro e fiscal à inovação, clima favorável ao investimento, acordos comerciais internacionais, proteção à propriedade intelectual.

Tendo como objetivo descrever e analisar aspectos relacionados à inovação dos empreendimentos brasileiros, com base nas pesquisas desenvolvidas pela GEM nos anos de 2006, 2007 e 2008. GEM classifica o Brasil entre os países mais empreendedores, entretanto, em comparação com outras nações, tais pesquisas têm demonstrado que, quando se trata de inovação nos negócios, o país apresenta baixos índices. (FIORIN *et al.*, 2010)

Este fato justifica-se, em parte, ao fato de que o Brasil está entre as últimas posições no *ranking* mundial quando o assunto é potencial tecnológico, ou seja, os empreendedores não utilizam novas tecnologias ou processos em seus negócios. Por consequência temos, na maioria, segundo Fiorin *et al.*, (2010), empreendedores “não-inovadores” que são aqueles que, muitas

vezes, abrem um negócio por necessidade, onde a concorrência é maior e a possibilidade de não dar certo também.

Pinheiro *et al* (2014), analisou a produção científica sobre inovação registrada e disponibilizada na base SciELO no período de 2005 a 2012. Constatou-se que as áreas de maior investigação sobre o tema são: inovação em Medicina e Saúde, 33%; inovação em Administração, Contabilidade e Economia, 30%; enfoque especializado sobre inovação, 20%; inovação em Tecnologia e Produtos, 13%; estudos sobre inovação em outras áreas, 4%. A produção acadêmica e científica na área de Medicina e Saúde, ultrapassando a área das ciências sociais aplicadas, de Administração, de Contabilidade, de Economia e de Turismo, ou seja, o tema “inovação” trafega nas diferentes áreas do conhecimento.

A inovação é o motor da competitividade e do desenvolvimento das nações. Inovar em produtos e serviços, em processos, em tecnologias de gestão e em modelos de negócios é importante para estabelecerem diferenciais competitivos que permitam enfrentar o avanço da concorrência nos mercados nacional e internacional. (GEM 2015).

### **3.2.3 Abordagem econômica do empreendedorismo com destaque para o principal teórico utilizado no estudo Schumpeter.**

O termo empreendedorismo foi introduzido na literatura econômica pelo economista irlandês Richard Cantillon, entre os de 1680 a 1734, que no século XVIII definiu o empreendedor como aquele que assumia riscos, que comprava mercadorias a um determinado preço X com a expectativa de vendê-las a um incerto preço Y. Nos anos 1800, Jean Baptiste Say, entre os de 1732 a 1867, descreveu o empreendedor como aquele que tinha a capacidade de combinar os fatores de produção (terra, trabalho e capital) em um produto (VAN PRAAG, 1999). Alfred Marshall, nos anos de 1842 a 1924, atribuiu ao empreendedor o papel de gerenciamento, tal qual o capitalista comum. Em diálogo aberto com Cantillon, Frank Knight, nos anos de 1885 a 1972, apontou que o empreendedor se destacou não tanto pela disposição ao risco, que podia de algum modo ser calculado a partir de experiências anteriores, e mais por ter de lidar com a incerteza do lucro futuro. (SOBEL, 2008).

Joseph Schumpeter (1883-1950) influenciou profundamente o debate ao conferir centralidade à discussão sobre empreendedorismo nas primeiras décadas do século XX. De longe, foi sua obra a que teve maior repercussão na literatura sobre empreendedorismo, tornando-o a principal referência na área, por atribuir à atividade empreendedora uma função estruturante na trajetória de desenvolvimento dos países, associando-a ao processo de inovação.

Schumpeter (1961) desenvolveu seus argumentos em contraponto à teoria do equilíbrio geral proposta por Léon Walras<sup>7</sup>. Essa última teoria parte do princípio que o mercado se caracteriza como um regime de concorrência perfeita entre preços e quantidades, que as atividades evoluem no mesmo ritmo e as firmas tendem apenas a reagir às mudanças externas no ambiente como, por exemplo, guerras, aumento populacional etc. Nessas situações, a economia entra em uma fase de desequilíbrio, forçando as empresas a se adaptarem a fim de reconduzir a economia à situação de “normalidade”. Visto por esse prisma, o desenvolvimento econômico é determinado pelas forças exógenas, tendo lugar apenas quando ocorrem tais mudanças no contexto socioeconômico. Assim sendo, na teoria do equilíbrio geral não resta espaço para a criatividade, para a diferenciação ou para as perdas e ganhos extraordinários.

Schumpeter percebeu os limites dessa forma de concepção do desenvolvimento e propôs um modelo evolucionário, segundo o qual a transformação da economia é definida como um processo contínuo de “destruição criadora”, que ocorre não de fora para dentro, mas que é endógeno, ocorrendo a partir do interior das empresas (SCHUMPETER, 1961). O motor desse sistema são as inovações, que são realizadas a partir da iniciativa dos empreendedores, logo, para Schumpeter, o empreendedorismo está na base do desenvolvimento e crescimento. Diferentemente do defendido pela teoria do equilíbrio, parte-se do princípio que os indivíduos têm capacidade para vislumbrar caminhos diversos, fazer escolhas diferentes, encontrar soluções distintas para problemas semelhantes, em síntese, para inovar. O processo de destruição-criação significa que o novo desbanca o velho, que há um movimento permanente de ação e reação, que a solução de um problema leva à criação de outro problema, que por sua vez demanda uma nova solução e assim sucessivamente.

Para Schumpeter, a palavra inovação significa “simplesmente combinar os fatores produtivos existentes de uma nova maneira ou com nova finalidade” (SCHUMPETER, 1961, p. 106). Essa combinação pode resultar em pelo menos cinco tipos de inovação: (i) novo produto, (ii) novo processo, (iii) abertura de um novo mercado, (iv) descoberta de uma nova fonte de matéria prima ou ainda, (v) um modo novo de organização industrial. Nenhuma dessas “novidades” precisa ser “espetacular” ou ter uma grande “importância histórica” para que sejam caracterizadas como inovação. O que é indispensável é que a nova ideia, novo produto ou novo processo, se realizem no mercado, isto é, que sejam explorados comercialmente. É essa busca de valor econômico, de teste de uma determinada ideia no mercado, que distingue a inovação

---

<sup>7</sup> A teoria do equilíbrio geral visa explicar o comportamento da oferta, da demanda e dos preços em uma economia constituída de vários mercados interagentes, buscando provar que a interação entre demanda e oferta resultará no equilíbrio geral.

da pura invenção. De pouco adianta ter uma ideia brilhante se ela não puder ser revertida em dividendos para o inventor (seja ele um indivíduo ou uma organização).

O ponto central é que Schumpeter aprofundou a discussão da função empreendedora. O empreendedor aparece em sua teoria como o agente da mudança, da destruição e da criação, aquele cujo papel é “reformular ou revolucionar o padrão de produção mediante a exploração de uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica ainda não testada” (SCHUMPETER, 1982, p. 67). No começo de seu trabalho, Schumpeter tendeu a descrevê-lo como uma espécie de homem visionário ou heroico, porém mais tarde essa visão cedeu lugar a uma abordagem mais ampla, que aplica o conceito também às diferentes organizações, sejam elas políticas ou econômicas. Conforme o próprio autor fez questão de salientar, nesse debate interessa mais a atividade do que o ator (ou o número de atores) que a desempenha: “quando nós falamos de empreendedor, nós estamos falando menos de uma pessoa física e mais de uma função” (SCHUMPETER, 1982, p. 268). Logo, Schumpeter elaborou uma teoria que coloca o empreendedorismo no centro da dinâmica do desenvolvimento, o associando à realização da inovação.

As últimas décadas do século XX, assistiram a um aumento de interesse acerca do empreendedorismo pelos diversos campos de estudo. Os cientistas que contestam o pensamento econômico convencional se apoiam justamente no pensamento schumpeteriano de que não existe uma marcha automática que leve ao crescimento econômico e desenvolvimento social, nem tampouco fórmulas ou receitas de políticas que podem ser replicadas em diferentes países. Nesse sentido, para que inovações aconteçam, para que ocorra o avanço de técnicas e da ciência, para se alcançar desenvolvimento e crescimento é preciso contar com iniciativas empreendedoras, o que implica compreender no que consistem e como se desenvolvem.

A abordagem do empreendedorismo pelo prisma da inovação é o traço marcante da literatura de tradição schumpeteriana. Conforme já apontado anteriormente, para Schumpeter o empreendedorismo está em exercitar a arte da inovação, em fazer novas combinações na produção que agreguem valor à empresa.

Contudo, Schumpeter é criticado por atribuir ênfase ao indivíduo em detrimento das instituições (Aldrich, 2005). De acordo com Devine (2002) a firma (ou organização) é apenas um veículo no modelo schumpeteriano e, em decorrência desta posição, Schumpeter constrói um empreendedor com qualidades extra-humanas: ora se aproxima do “herói”, ora se aproxima de uma espécie de “super-homem. Sendo possível conceber essa questão de um modo um pouco diferente. Qual seja, Schumpeter mantém como ponto de partida a ênfase no empreendedor, mas como um tipo social, ou coletivo, isso significa que: 1) não se trata de descrever um

indivíduo único e isolado, mas sim um ser social “típico”, no sentido weberiano; 2) o instrumento metodológico utilizado, o individualismo, é trabalhado de maneira complementar à análise tipológica; 3) o tipo social a que se chama empreendedor é portador de um quadro cognitivo diferenciado e sofre resistência de um conjunto de instituições (cultura, hábito e tradição) apesar de também contar com o apoio imprescindível de outras tantas instituições.

Teóricos agregaram ou aprimoraram as ideias inspiradas por Schumpeter. Estes são conhecidos como neo-schumpeterianos (ou evolucionários). Os autores neo-schumpeterianos rejeitam o paradigma do equilíbrio característico da análise neoclássica, propondo para o seu lugar o estudo da interação endógena entre estratégia (da firma) e estrutura (do mercado) ao longo do tempo a partir dos esforços inovativos das empresas, onde o desequilíbrio é a regra. A concorrência passa a ser pensada como um processo dinâmico incessante, endógeno ao sistema econômico, capaz de gerar instabilidade estrutural e no qual a diversidade e as assimetrias competitivas são características permanentes. (GRASSI, 2002).

Segundo esta vertente, a concorrência não gera somente comportamentos adaptativos, mas gera também atitudes ou iniciativas inovadoras. Por exemplo, se uma empresa percebe a existência de concorrentes em seu mercado, poderá reagir com ajustes e restrições aos seus agentes e provocará atitudes na forma de iniciativas que gerem vantagens em relação aos concorrentes e que possam, desta forma, reduzir as restrições ocasionadas pela existência da concorrência, mesmo que temporariamente.

Igualmente importante é o conceito de ecossistema empreendedor, entendido por Isenberg (2011) como um conjunto de variáveis influenciadoras do desenvolvimento das atividades empreendedoras que são: políticas públicas e liderança, recursos financeiros, cultura, qualificação dos recursos humanos, mercados receptivos aos produtos e variedade de suportes institucionais e de infraestrutura. O conceito também é analisado sob outros ângulos, como, por exemplo, os estudos de Moore (1993) mais direcionados à ecologia de empresas; ou os estudos realizados pelo GEM, que determinam as condições influenciadoras do contexto para a criação de novos negócios. Na mesma linha de raciocínio, a Endeavor Brasil (2017) propõe a análise do ambiente empreendedor por meio de determinantes (Figura 3), resultando na adaptação dos determinantes propostos por Ahmad e Hoffman (2008): ambiente regulatório, P&D e tecnologia, capacidade empreendedora, cultura, acesso a finanças e condições de mercado.

**Figura 3- Determinantes e fatores responsáveis pela performance empreendedora**



Fonte: Endeavor Brasil (2017).

Observam-se, na figura 3, os seguintes fatores determinantes: ambiente regulatório, no qual se inclui tempo de processos, custo de impostos e complexidade; infraestrutura como transporte interurbano e condições urbanas; a determinante “mercado” é formada por desenvolvimento econômico e clientes potenciais. Outro determinante é o acesso a capital, como por exemplo, capital disponível via dívida e acesso a capital de risco; seguindo, destaca-se capital humano com acesso e qualidade de mão de obra básica e qualificada; e por último a cultura onde nota-se o potencial e a imagem do empreendedor.

O empreendedor, como agente do processo de “destruição criativa”, conforme conceituado por Joseph Schumpeter, manifesta-se por meio da formação de pequenas empresas inovadoras e agressivas. Elas desafiam as grandes empresas estabelecidas e muitas vezes acomodadas ao explorar, por exemplo, suas deficiências nos produtos, nos serviços ou na segmentação do mercado.

### 3.3 Aspectos conceituais de Micro e Pequenas empresas.

Microempresa é um conceito criado pela Lei nº 7.256/84 e, atualmente, regulamentada pela Lei nº 9.841 de 5.10.99, que também constitui normas para as empresas de pequeno porte em atendimento ao disposto nos art. 170 e 179 da Constituição Federal, beneficiando-as com tratamento diferenciado e simplificado nos campos administrativo, previdenciário, trabalhista, creditício, fiscal, e de desenvolvimento empresarial.

A definição de Micro e Pequena empresa pode ser feita de duas formas: pelo número de pessoas ocupadas na empresa ou pela receita auferida. Segundo SEBRAE (2020), o número de ocupantes constitui o parâmetro mais utilizado, segundo o quadro 4, foram classificadas como micro aquelas nas atividades de serviços e comércio com até 9 pessoas ocupadas, e como

pequena empresa as que tinham entre 10 e 49 pessoas ocupadas; na atividade industrial, são micro aquelas com até 19 pessoas ocupadas, e pequenas empresas entre 20 e 99 pessoas ocupadas, média empresa de 100 a 499 pessoas ocupadas.

**Quadro 4 - Critério de classificação do porte das empresas por: pessoas ocupadas.**

Porte	Atividade Econômica	
	SERVIÇOS E COMÉRCIO	INDÚSTRIA
<b>MICRO EMPRESA</b>	ATÉ 09 PESSOAS OCUPADAS	ATÉ 19 PESSOAS OCUPADAS
<b>PEQUENA EMPRESA</b>	DE 10 A 49 PESSOAS OCUPADAS	DE 20 A 99 PESSOAS OCUPADAS
<b>MÉDIA EMPRESA</b>	DE 50 A 99 PESSOAS OCUPADAS	DE 100 A 499 PESSOAS OCUPADAS
<b>GRANDE EMPRESA</b>	ACIMA DE 100 PESSOAS	ACIMA DE 500 PESSOAS

Fonte: SEBRAE (2020)

Pela receita auferida, na legislação nacional, as MEs são determinadas conforme o faturamento (artigo 3º da LC nº 123). Microempresa é toda a sociedade empresarial, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário individual que aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$360.000,00. Empresa de Pequeno Porte é aquela que, em cada ano-calendário, tenha receita bruta superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00.

Além das duas classificações empresariais mais conhecidas (pelo número de pessoas ocupadas na empresa ou pela receita auferida), a Lei Geral Complementar nº 128 de 19-12-2008, modificou a Lei Geral para criação do MEI, definindo este como a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional.

Observa-se que não há um critério único para definir micro e pequena empresa, existe, a depender do objetivo, conceitos que podem ser usados para a classificação em micro, pequena, média e grande. Dependendo da situação, precisam ser ajustados para que possam cumprir com a finalidade da política pública. Assim sendo, a definição de micro e pequena é diversificada.

Devido às suas características, as MPE's apresentam vantagens e desvantagens, quadro 5, quando comparadas às empresas de grande porte. As grandes empresas não sabem aproveitar três pontos fundamentais: pequenos nichos de mercado que envolvam um pequeno volume de negócios; atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, isto é, produtos/serviços personalizados para cada cliente; e surgimento de oportunidades passageiras de mercado que envolvam agilidade e prontidão para rápidas decisões e alterações em

produtos/serviços. Essas são as grandes vantagens das MPE's. Por causa de seu tamanho reduzido, não apresentam a enorme especialização vertical nem horizontal que as tornam pesadas, lentas e onerosas. Contrariamente, as pequenas empresas têm o dinamismo e a flexibilidade para mudanças rápidas e manobras ágeis que as grandes não têm. (DORNELAS, 2014).

**Quadro 5 - Vantagens e Desvantagens das MPE's.**

Vantagens	Desvantagens
Atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas (nichos de mercado)	Dificuldade na área de Marketing
Dinamismo e flexibilidade	Falta de investimento em P&D
Trabalham com menos para produzir mais (operar com ônus menores e com estruturas simples, ágeis e baratas)	Dificuldades de Exportações
Fazem da simplicidade um estilo de trabalho e uma vantagem competitiva	Dificuldades no gerenciamento das atividades administrativas
Deveres legais simplificados	Elevada carga tributária

Fonte: Chiavenato (2012)

As principais dificuldades encontradas pelas MPE's estão relacionadas com as áreas de marketing, P&D e exportação. As duas primeiras, em função dos custos. Quanto à exportação as MPE's necessitam de intermediários para colocar seus produtos no exterior, tornando-os mais caros e menos competitivos. Além disso, outro fato importante é que as MPE's evitam entrar em áreas que exijam recursos abundantes para P&D, pois a produção em baixa escala não propicia custear as pesquisas e o desenvolvimento de novos produtos ou processos. Já as desvantagens na visão de Faria *et al.*, (2012) são: dificuldades no gerenciamento das atividades administrativas; a elevada carga tributária, seguido de falta de clientes, concorrência muito forte e inadimplência elevada.

Neste capítulo intitulado: crescimento econômico, empreendedorismo e micro e pequena empresa, abordou-se os aspectos teóricos e fundamentais deste estudo, inicialmente com item crescimento econômico na economia capitalista. Em seguida, destacam-se aspectos conceituais do empreendedorismo, nota-se, segundo motivação para empreender, empreendedorismo por necessidade e oportunidade, juntamente com as características do empreendedor, e ressalta-se o teórico principal utilizado na pesquisa. Finaliza-se, com os aspectos conceituais da Micro e Pequenas Empresa. No próximo capítulo discute-se sobre a importância das micro e pequenas empresas no capitalismo atual e no Brasil.

#### **4. A IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CAPITALISMO ATUAL E NO BRASIL.**

A base fundamental do sistema capitalista é a economia de mercado, que, sem dúvida, se alicerça na iniciativa privada. Esta por sua vez é a mola mestra do desenvolvimento dos países que adotam esse sistema econômico. É inegável a contribuição que as grandes corporações dão para as economias do mundo ocidental. Entretanto, tem sido reconhecido cada vez mais o papel relevante que as pequenas e médias empresas também exercem nessas economias. As pequenas organizações que podem também ser subsegmentadas em micro e em pequenas empresas têm uma importância considerável no contexto socioeconômico do país, não só porque em termos quantitativos predominam no país, mas também porque colaboram na redução do desemprego, contribuem significativamente para a formação do produto nacional bruto, ajudam na desconcentração da atividade econômica, além de colaborarem também para a preservação da economia de mercado. (DUTRA; GUAGLIARDI; HERNANDES, 1986).

Para a teoria econômica clássica, as empresas que se enquadram na categoria de MPE's têm um papel secundário na economia. Segundo esta teoria as empresas menores dependem das grandes empresas, tendo como premissa de comparação a produção em grande escala. Já na análise da teoria evolucionária da mudança econômica acerca do desenvolvimento econômico local, apresentam as MPE's como parceiras eficientes e eficazes das empresas de médio e grande porte no processo produtivo (SILVEIRA *et al.*, 2012).

Aparentemente, uma contra tendência se evidencia ao constatar que grande parte da riqueza mundial continua sendo produzida no âmbito das economias locais – um universo de micro, pequenas e médias empresas operando em escala regional e local (COLBARI, 2014). Assim, registra-se a tendência de reconhecimento e valorização das MPE's pelos seus próprios predicados, e não a partir da arquitetura e das propriedades típicas das grandes corporações; pois se integram ativamente aos circuitos de produção e distribuição da riqueza, tornando-se peças relevantes nas agendas de desenvolvimento. (GRANOVETTER, 1984).

Nessa realidade, o empreendedor é um ator social que exerce papéis fundamentais em instituições-chaves da economia de mercado e que, por isso, ele acaba por ocupar posições importantes nas sociedades capitalistas, tendo o empreendedorismo como a formação de pequenas empresas. Atualmente, vivencia-se um momento especial do Empreendedorismo, no qual é reconhecido pelo seu valor como promotor do desenvolvimento econômico, por sua capacidade de gerar empregos, pela criação de produtos inovadores, pela atuação na busca de soluções para questões sociais e até mesmo pela sua inclusão em programas governamentais

com o objetivo de conseguir fazer acontecer o desenvolvimento local e regional. (SALIM; SILVA, 2010). Martinelli (1994) aponta a tendência da literatura em relacionar o empreendedorismo com a formação de pequenas empresas.

O presente capítulo objetiva apresentar a importância da micro e pequena empresa no capitalismo atual e no Brasil. Na seção micro e pequena empresa, trata-se dos principais fatores positivos, das necessidades e dificuldades enfrentadas pelas MPE's; em seguida aborda-se a importância das micro e pequenas empresas no Brasil, onde busca-se abordar os principais acontecimentos referentes às MPE's. Posteriormente, trata-se da legislação brasileira e dos incentivos às MPE'S.

#### **4.1 Micro e Pequena Empresa**

Entre os fatores importantes relativos às micro, pequenas e médias empresas estão a capacidade de empregar grande volume de mão-de-obra; organizações com estruturas mais enxutas, flexíveis e com poucos níveis hierárquicos; e a facilidade de adaptação a situações de mudança e inovação. (GRAZIADIO,1996).

Superestima-se, sempre, a importância dos grandes negócios devido, talvez, à sua alta visibilidade. No entanto, as micro e pequenas empresas, embora menos conspícuas, são um componente vital da economia. Isto é o que se despreende do que assinalam Longenecker, Moore e Petty (1997, pag. 35), quando afirmam que “como parte da comunidade empresarial, as pequenas empresas contribuem inquestionavelmente para o bem-estar econômico da nação”.

As MPE's inovadoras crescem duas vezes mais rápido do que aquelas que não desenvolvem inovações. Aquelas bem-sucedidas na Gestão da Inovação (GI) refletem desempenho superiores em termos de crescimento, resultados financeiros e geração de emprego. De acordo com a Universidade Cornell e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) (2018), o Brasil ocupava em 2011 a 47ª posição no desenvolvimento de projetos inovadores, em uma relação de 127 países. No Índice Global de Inovação de 2018 passou para 64ª colocação, entre 126 nações. (TIDD E BESSANT, 2015).

As MPE's, em diversos aspectos, misturam-se com a vida pessoal do proprietário, muitas vezes contrariando uma relação saudável da parte contábil da entidade, dessa forma, é compreensível que o gestor de MPE tenha uma gestão centralizada, dificuldades na delegação de forma lógica por conta da pressão que o mercado impõe, e principalmente a interferência familiar somada a uma gestão pouco formal. Contudo, as MPE's geralmente contam com uma

estrutura mais flexível, por estarem no começo e serem ainda muito pequenas, somadas à concentração das decisões tomadas na pequena cúpula da empresa, isso torna possível a redução de custo na tomada de decisão e também obtendo uma empresa mais reativa às mudanças externas. (TAVARES *et al.*, (2010).

Um tipo de “externalidade positiva” decorre da própria inserção das MPE’s em um território, ao tornar convergentes na agenda pública e privada a promoção do pequeno empreendimento e o desenvolvimento local. Nesse ângulo, situa-se o movimento da sociedade em prol do pequeno empreendimento e de um modelo de desenvolvimento assentado nas “vocações” locais e nos arranjos de “concertação” movidos por interesses e atores emergentes a partir das dinâmicas desencadeadas nos territórios. No Brasil, essa mobilização de diversos atores sociais credita-se o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Geral), um marco institucional que assegura tratamento diferenciado aos pequenos negócios nos aspectos tributários, no acesso ao crédito e na participação nas aquisições de bens e serviços pelo poder público, além de medidas de estímulo à inovação, à educação empreendedora e ao associativismo. (COLBARI, 2014).

A pequena e média empresa são consideradas como um dos atores-chave do desenvolvimento, e isso se confirma quando se examinam os indicadores econômico-sociais, assim como sua consolidação como tema relevante nas agendas do desenvolvimento. (CUBILLO, 1997).

A necessidade de informação é considerada um fator crítico para o sucesso das microempresas, a maioria dos empresários tem poucos recursos e não dispõe de acesso aos atuais serviços de informação empresarial. Estes empresários, que por vezes são vindos de programas de demissões voluntárias, tem na busca do trabalho por conta própria para sua sobrevivência o empreendedorismo, devem adaptar-se ao ambiente e saber que o uso da informação é garantia de impulsão do seu negócio. Ressalta-se, ainda, que a informação no ambiente de micro e pequenas empresas, caracterizado por grandes e aceleradas mudanças, passa a exercer vários papéis como: monitorar a concorrência, identificar ameaças e oportunidades, atualizar e ampliar os conhecimentos sobre gestão, tecnologia e novos processos, estimulando a cultura da inovação e da qualidade, desenvolvendo ainda competitividade, produtividade e liderança. (BARRETO,1996).

Ademais, é importante considerar que as MPE’s estão inseridas em um ambiente complexo, mutável no qual a penetrabilidade das tecnologias da comunicação e da informação forma-se em elementos determinantes de um contexto digital que redefine o espaço e o tempo das trocas comunicacionais e informacionais. O efeito dessa nova dimensão resvala em fatores

importantes à sobrevivência e perenidade das MPE's: maior competitividade, necessidade de internacionalização e de inovação; elementos emergenciais que necessitam ser dinamizados nas estruturas organizacionais dessas empresas. (MACEDO *et al.*, 2014).

Um outro aspecto a ser considerado no âmbito da necessidade de informação das MPE's é a questão da interação universidade-empresa. Essa interação aparece como sendo uma ação propulsora da competitividade do setor produtivo e do país. Os serviços de informação que promovem essa interação são vistos como facilitadores para suprir as necessidades de informação científica e tecnológica. (SILVA E MARINHO, 2002).

Há poucas pesquisas acadêmicas sobre as microempresas, sob o ponto de vista econômico (geração de emprego e crescimento nacional). Ao longo das últimas três décadas, o governo federal tem sido o maior investidor em serviços de informação voltados para as MPE's. O investimento do Ministério de Ciência e Tecnologia no Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas (SBRT) confirma essa tendência e demonstra a importância da iniciativa de integração dos setores envolvidos em prol da microempresa brasileira. Pelas razões anteriormente citadas, conclui-se que serviços de informação que disponibilizem informações e conhecimentos para a capacitação tecnológica de empresários e, por consequência, melhoria de suas empresas se tornam indispensáveis. É nesse contexto que o SBRT assume um papel de importância fundamental como propulsor do desenvolvimento de microempresas brasileiras e estimulador de iniciativas que aproximem dos atores do setor produtivo o conhecimento técnico produzido em unidades de pesquisa, institutos e universidades. Há de se considerar ainda que o SBRT oferece seu serviço de respostas técnicas também a empreendedores que ainda atuam na informalidade, podendo contribuir assim para a formalização de sua atividade econômica e até mesmo para a geração de emprego, a partir da oferta de soluções tecnológicas que possam promover melhorias na sua produtividade. (ARAÚJO, 2005).

Percebe-se que a taxa de inovação nas empresas brasileiras ainda é bastante tímida, reforçando um senso de urgência para que agentes públicos e instituições assimilem a necessidade em desenvolver políticas e instrumentos capazes de impulsionar a gestão da inovação, aliadas ao desenvolvimento de capacitações tecnológicas regionais e esforços ao preenchimento da lacuna existente entre insumos (instituições, recursos humanos, pesquisa, infraestrutura, acesso a mercado e empresarial) e produtos de inovação (MONCADA-PATERNOCASTELLO *et al.*, 2017; MULKAY, 2019). No quadro 6, apresenta-se as principais características comuns das pequenas empresas.

#### **Quadro 6 – Características comuns das pequenas empresas**

PESQUISADORES	CARACTERÍSTICAS
Rosenberg e Birdzell (1986)	- <i>inovação</i> – gerar idéias e criar novos produtos e processos para o mercado. Disposição para correr riscos.
Toffler (1990)	- <i>flexibilidade</i> – diversidade de arranjos organizacionais; gerente empreendedor, antiburocrático, criativo.
Pyke (1992, 1994)	- <i>flexibilidade</i> – locacional (concentração local/regional ou dispersa em rede de empresas) e de produção; - <i>empreendedorismo</i> – como comportamento e modelo de destaque local; - <i>cooperação</i> – de diversas formas, mantendo a competitividade; - <i>diversidade</i> – de produtos e de atendimento ao cliente; - <i>atendimento</i> – próximo ao cliente e com autonomia; - <i>estrutura simples</i> – dinâmica, que atenda as necessidades do mercado.
Mintzberg (1995)	- <i>estrutura simples</i> – dinâmica, ágil, inovadora.
Longenecker, Moore e Petty (1997)	- <i>inovação tecnológica</i> – produção eficiente e em menor escala; - <i>flexibilidade</i> – organizacional e de produção, para atender o mercado; - <i>atendimento personalizado ao consumidor</i> .
Bsteman e Snell(1998)	- <i>competitividade</i> : -em custos (bens com preço acessíveis ao consumidor); -em qualidade (que atenda as expectativas do consumidor); -em velocidade (responder a demanda do mercado); e - em inovação (em bens e serviços de valor para o consumidor)
Daft (1999a)	- criação de empregos na economia e de oportunidades aos empreendedores; - inovação – gerando novos produtos e serviços; - estrutura simples – flexível, dinâmica, inovadora.
Robbins (2000)	- estrutura simples – tomada de decisão centralizada e pequena formalização.
Chér (1990)	- criação de empregos; - flexibilidade – locacional e de produção para atender o mercado; - atendimento personalizado ao consumidor.
Gonçalves e Koprowski (1995)	- diversidade – de produtos e processos; - flexibilidade – nas relações, preços e salários de acordo com as mudanças do mercado; - inovação – produção eficiente, oportuna e em menor escala.
Souza (1995)	- criação de empregos na economia e de oportunidades aos empreendedores; - flexibilidade – locacional e de produção para atender o mercado; - inovação – divulgação e geração de novas tecnologias de produto e de processo.
Leone (1999)	- estrutura simples – dinâmica, ágil, flexível às exigências de mercado; - empreendedorismo – modelando a administração e o relacionamento.
Motta (2000)	- estrutura simples – dinâmica, flexível às exigências de mercado; - flexibilidade – organizacional para atender o mercado.

Fonte: Silva (2004)

Na atualidade, as MPE's vêm recebendo um olhar especial do governo para incentivar a abertura e a sua estabilidade no mercado. Mas os empreendedores das MPE's ainda enfrentam dificuldades para gerir com sucesso o seu negócio, devido à falta de capacidade em se adaptar a um mercado extremamente competitivo, pela falta de um planejamento bem realizado, bem como devido aos custos para manutenção de um empreendimento, falta de capital para

investimento e por todos os outros fatores ligados ao mau gerenciamento do processo. (SANTOS *et al.*, 2021).

#### **4.2 A Pequena e Micro empresa no Brasil**

Desde a década de 30, o Brasil passou por um esforço de construção social de trabalhadores adaptados a uma sociedade capitalista, disso decorreram políticas de qualificação. Porém, a partir da década de 80 e 90, há um período marcado por reestruturação produtiva. Com isso, uma nova ética social inspira as representações da empresa, a concepção de alternativas de desenvolvimento e o status do trabalho. O empreendedorismo é apresentado ora como o que impulsiona o progresso econômico, ora como estratégia defensiva de reinserção (COLBARI, 2006).

Na década de 70 estudos sobre as pequenas e micro empresas foram formulados com base na noção de economia informal, a qual era definida pela facilidade de entrada em empreendimentos cujos recursos de origem são a doméstica: a propriedade é individual ou familiar, com produção em pequena escala, tecnologia adaptada, mercados competitivos e não regulados. É nesse espaço econômico (e conceitual) que se localizavam as pequenas empresas. Era uma visão que vinculava setor informal e pobreza, pequenos negócios eram estratégias de sobrevivência, uma alternativa ao desemprego, situação contrária à lógica da economia capitalista que visa acumulação de capital. (WANDERLEY, 1999).

É a partir da década de 80 que o empreendedorismo se torna um movimento social mundial que se apresenta “ora como um revival do pequeno negócio ora como sinônimo de inovação e mudança” (COLBARI, 2006 p. 2). A partir da década de 80, ocorreu um processo de reestruturação das grandes indústrias nacionais. Período este, em que as grandes empresas nacionais sofrem com a reestruturação produtiva e um contingente de trabalhadores fica à margem do mercado de trabalho. É nesta década que as pequenas empresas e novas categorias de atividade, além da indústria, como o comércio e os serviços, passam a “entrar na pauta”, além dos bancos. (MELO, 2008).

Dentro do processo de redemocratização ocorrido nesse período, aconteceu uma ênfase na geração de renda por outros meios, que não o trabalho assalariado, e ênfase no crescimento econômico não somente vinculado à industrialização. Os setores do comércio e serviço ganham relevância e com eles uma diversidade de arranjos empresariais. Para citar alguns, Arranjos Produtivos Locais (APLs), cooperativas, centrais de negócios, incubadoras de base tecnológica, franquias. Diversas formas organizacionais em que empresas de pequeno porte são comumente

encontradas sejam como extensão de grandes empresas (por exemplo, as franquias) ou vinculadas a outras organizações (como universidades no caso de incubadores de base tecnológica), também formam arranjos autônomos (as cooperativas e as centrais de negócio), ou ainda, sendo uma organização independente como, as “tradicionais”, e que nunca deixam de existir, empresas familiares com ou sem empregados. (CASSIOLATO E LASTRES, 2003).

No Brasil, a atividade empreendedora passou a ter maior importância por volta dos anos 1990, quando ocorreu a abertura brasileira para a economia ao comércio internacional (VERGA E SOARES, 2014). Ao longo das décadas, mostrou etapas de transformação no pensamento social a respeito das pequenas empresas. Primeiramente, inexistentes na cognição social, a qual se atinha a questões relativas à industrialização e à relação capital vs trabalho. Depois, ligada à noção de economia informal, atividades típicas da transição de uma sociedade rural para moderna, pequenas empresas eram vistas negativamente como tradicionais e tenderiam a desaparecer frente ao grande capital. Por fim, ao longo dos anos 80 e o período de reestruturação das empresas, da literatura acadêmica e também outros atores se ativeram a estudar e promover formas organizacionais de pequeno porte. (MELO, 2008). No quadro 7 apresenta-se os autores de difusão do empreendedorismo no Brasil.

**Quadro 7- Atores de difusão do empreendedorismo no Brasil**

<b>PERÍODO</b>	<b>BRASIL</b>
<b>Antes de 1980</b>	Não se encontra qualquer referência ao termo.
<b>Década de 80</b>	<p>*1981: Fundação Getúlio Vargas (FGV) cria curso de especialização ‘Novos Negócios’</p> <p>*1984: FGV curso para a graduação ‘Criação de novos negócios: formação de empreendedores’, UFRS cria curso de ‘Criação de negócios’ para Computação, USP cria curso de ‘Criação de empresas’ na graduação.</p> <p>*1985: USP cria curso na pós-graduação</p> <p>*1989: FGV cria Centro Integrado de Gestão Empreendedora (CIAGE), MBA e pós-graduação. Aparece a primeira revista popular: PequenasEmpresas Grandes Negócios e programa de TV do mesmo nome.</p>

<p><b>Década de 90 em diante</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*1990: EFEI- MG cria Centro Empresarial de Formação Empreendedorade Itajubá (CEFEL).</li> <li>*1992: USP faz parceria com SEBRAE para treinar profissionais; UFSCcria a Escola de Novos Empreendedores ( ENE)</li> <li>* 1993: SEBRAE passa a ofertar o treinamento de Empreendedorismo daONU: Empretec.</li> <li>*1995: UNB desenvolve a Escola de Empreendedores com apoio doSEBRAE.</li> <li>*1997: UNB Rede de Ensino Universitário em Empreendedorismo(REUNE)</li> <li>*1998: Universidade SEBRAE de Negócios (USEN- SEBRAE) no RS</li> <li>*1999: Políticas públicas como; Programa Brasil Empreendedor, Proger, Microgerar.</li> <li>*2006: UNESP inicia disciplina optativa de empreendedorismo a todos os cursos de graduação.</li> </ul>
--------------------------------------	---

Fonte: MELO (2008) adaptado

No Brasil, segundo dados do SEBRAE (2020), as cerca de 9 milhões de MPE's representam 30% do PIB, ou seja, mais de um quarto do PIB brasileiro é gerado pelos pequenos negócios. Juntas representam 96,6% dos negócios, além disso, elas são responsáveis pela maioria (52%) dos empregos formais. Os números revelam a importância das MPE's para a economia brasileira, de tal modo que várias políticas públicas foram criadas para fortalecer o setor. Essa visibilidade política é reforçada por medidas de apoio voltadas ao setor como forma de garantir maior sustentabilidade e incremento aos negócios, porém, isso não garante vantagem competitiva e, tampouco, perenidade e sucesso. Devido a características bem particulares, as MPE's são desafiadas cotidianamente a tornarem-se mais profissionalizadas, especialmente para apresentarem melhor desempenho e participação mais ativa em um mercado globalizado e competitivo. Esses desafios encontram barreiras internas e externas que interferem diretamente no seu desempenho e em sua produtividade, e, conseqüentemente, na possibilidade de tornarem-se mais inovadoras e criativas. (MACEDO *et al.*, 2014).

Percebe-se alto grau de importância da microempresa não apenas no fator financeiro, mas também no fator social de uma população, dada a movimentação política e social percebida pelo destaque a este segmento, observado na preocupação com a sua classificação ao longo da história. (RAMOS; CARVALHO; CUNHA, 2006).

No Brasil, as MPE's são um dos pilares de sustentação da economia em razão de seu número, abrangência, capilaridade e capacidade de geração de emprego. As MPE's oferecem a absoluta maior parte dos empregos no país. De sua modernização e expansão dependem a curto prazo o surgimento de mais trabalho e emprego para a população.

De acordo com dados da Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (PINTEC), publicada em relatório do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), de um universo de 116.952 empresas brasileiras que realizaram P&D entre 2014-2017, apenas 39.329 implementaram inovações de produto e/ou processo. É um número muito baixo e explica, em boa medida, a crescente defasagem tecnológica entre empresas brasileiras e internacionais e o déficit comercial e o crescimento das importações. O percentual de empresas que inovaram caiu de 36% no triênio encerrado em 2014 para 33,6% (uma em cada três) entre 2015 e 2017, em um universo de 116.962 companhias com dez ou mais trabalhadores.

Considerando os resultados das pesquisas citadas, percebe-se que a taxa de inovação nas empresas brasileiras ainda é bastante tímida, reforçando um senso de urgência para que agentes públicos e instituições assimilem a necessidade em desenvolver políticas e instrumentos capazes de impulsionar a gestão da inovação. Políticas essas aliadas ao desenvolvimento de capacitações tecnológicas regionais e esforços ao preenchimento da lacuna existente entre insumos (instituições, recursos humanos, pesquisa, infraestrutura, acesso a mercado e empresarial) e produtos de inovação. (MONCADA-PATERNOCASTELLO *et al.*, 2017; MULKAY, 2019).

O cenário atual onde as micro e pequenas empresas estão inseridas está em crescimento não só com a grande parte de geração de emprego do país, como também com uma relevante contribuição ao PIB brasileiro. No entanto, a economia atual do Brasil dificulta o desenvolvimento dessas organizações que não tem muita estrutura para se apoiarem, a não ser pela a implementação de ferramentas para auxiliar nas estratégias adotadas, porém, as MPE's optam por não adotar estes recursos como principal foco de crescimento de seu negócio. (PAULA *et al.*, 2020).

As MPE's quando passadas pelo processo de profissionalização conquistam diversos benefícios de forma natural como menos estoque parado, preços melhores dos fornecedores, redução do custo fixo por produto possibilitando até a redução do preço da mesma, maior comprometimento com o funcionário (pagamentos e salários justos), colaboradores mais preparados pelo treinamento recebido, entre outros. (CERIBELI *et al.*, 2010).

As MPE's estão praticando a inovação de maneira informal, principalmente pela falta de capital para investir em processos inovadores mais condizentes, logo, como alternativa, as

organizações estão buscando a melhoria de forma geral em “seus produtos, serviços e processos, na qualificação da equipe, no planejamento, mesmo que informal, de suas atividades diárias e no acompanhamento do mercado”. (LIMA E SILVA, 2019).

Mesmo que a inovação seja aplicada de forma informal em pequenas empresas, em muitas das vezes, os gestores aplicam inovação para melhorarem de forma contínua os processos, produtos e serviços. Mas fazem isso com dificuldades em obter uma estratégia formal baseada em teoria e ferramentas, o que não os permite manter a inovação da organização de forma contínua, tornando-a com dificuldades em transformar essas inovações em retorno exponencial, principalmente na parte financeira. (BITTAR *et al.*, 2018).

Apesar das dificuldades o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Há alguns anos, diversos órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de amparo a pesquisa e outros tipos de programas sobre empreendedorismo. Em outros países, especialmente Estados Unidos e França, essas iniciativas são mais antigas. Na internet, há inúmeros sites que orientam o empreendedor e oferecem informações sobre novos negócios, bem como cursos sobre como iniciar e conduzir um novo negócio. (MAXIMIANO, 2011).

Segundo relatório MPE's publicado em março de 2020 pelo Sebrae em parceria com a FGV, as MPE's vêm aumentando a participação no cenário econômico brasileiro nos últimos 30 anos. Chegando a representar entre 21% a 46% do valor adicionado das economias dos estados e em 17 unidades da federação, onde se observa um crescimento nessa participação entre o período de 2014 e 2017. (CARVALHO, 2020).

Quanto às principais características de gestão das micro e pequenas empresas brasileiras, o IBGE resume em: baixa intensidade de capital; altos índices de natalidade e mortalidade; tem como principal mão de obra os proprietários, sócios e membros da família; poder decisório centralizado; registros contábeis não muito adequados; a mão de obra normalmente não é qualificada; pouco investimento em inovação tecnológica; dificuldade no acesso a fontes de financiamento; complementam e são subordinadas por grandes empresas. (IBGE, 2001).

Para estimular a inovação nas MPE's, o governo federal tem desenvolvido algumas políticas públicas de incentivos como por exemplo, os programas de incentivos à inovação da FINEP, do BNDES e de outras agências de fomento a nível estadual. Entretanto, o principal incentivador dessas empresas, atualmente, tem sido o SEBRAE, que tem apoiado com a oferta de cursos, treinamentos, palestras, promoção de feiras de negócios e consultoria.

Competir em um mercado extremamente dinâmico tem exigido cada vez mais das MPE's o desenvolvimento de competências inovadoras. Atrelado a isso, outras razões que

levam essas empresas a inovarem são: a busca por maior lucratividade, a exigência do mercado por atualização tecnológica, a competitividade e a percepção de novas oportunidades de negócios. (COSTA E OLAVE, 2014).

Entretanto, as limitações de natureza estrutural e financeiras fazem com que o desenvolvimento de competências inovadoras seja um grande desafio para essas empresas. Os principais obstáculos à inovação em MPE's são: dificuldade financeira em assumir os altos custos de inovação; pouco conhecimento de mercado; falta de informação tecnológica; dificuldade em gestão de pesquisa e desenvolvimento (P&D); carência de mão de obra adequada dentro da empresa e dificuldade em encontrá-la no mercado. (LEE *et al.*, 2010).

#### **4.3. A legislação brasileira e os incentivos governamentais às MPE'S.**

Segundo o IBGE, foi na década de 80, quando houve a redução do ritmo do crescimento da economia e elevação no nível de desemprego, que os pequenos negócios passaram a ser uma alternativa de ocupação de mão-de-obra. Então surgiram as primeiras iniciativas de incentivo da abertura de micro e pequena empresa. São elas:

- Primeiro estatuto da microempresa - lei nº 7256 de 27 de novembro de 1984,
- Inclusão das MPE's na constituição Federal de 1988,
- Lei nº 9317 que instituiu o Simples (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte) em 1996,
- Lei nº. 9841 que instituiu o segundo estatuto das microempresas e empresas de pequeno porte de 1999,
- Estabelecimento do Fórum Permanente das MPE's (2000).

Também marcaram a trajetória da instituição das MPE's os avanços nos sistema de representação política deste segmento como, por exemplo, o Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo (SIMPI), este foi o primeiro a ser criado em 1988; o SIMPEC; a Associação Nacional dos Sindicatos de Micro e Pequenas Indústrias (ASSIMPI) e Associação Nacional dos Sindicatos de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Comércio (ASSIMPEC). Essas entidades fazem parte do fórum permanente e promovem seminários e congressos periódicos, buscam parcerias e integração com as instâncias dos governos municipal, estadual e federal.

Em um panorâmico histórico, as primeiras iniciativas de incentivos a abertura de microempresas no Brasil ocorreram na década de 1980 com a redução do crescimento econômico e consequente aumento de desemprego, onde os pequenos negócios passaram a ser uma alternativa de ocupação. (MELO, 2008).

Ainda na década de 70, apenas os bancos trabalhavam com a definição de porte de empresa (pequena, média e grande, não existindo micro empresas). Porém, essas definições não eram padronizadas e serviam aos propósitos de delimitar o mercado de crédito às empresas, não havendo legislação estatal para regular e definir quais seriam essas empresas. É nessa década que surge o CEBRAE (Centro Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas), primeira entidade governamental de apoio às pequenas e médias empresas cuja função era, fundamentalmente, de orientação ao crédito. (MELO, 2008).

Considerando que a legislação que dá tratamento especial às micro e pequenas empresas foi iniciada apenas na década de 80 e 90, tem-se que a classificação das empresas por porte não eram usuais antes desta época. Não eram pensadas enquanto um agrupamento de empresas com alguma semelhança entre si, como é considerado hoje. Portanto, é preciso compreender o processo que resultou na formação e transformação dessas empresas como se verifica hoje em dia. (MELO 2008).

Em definição ampla e de acordo com o texto da lei, há uma definição específica para Microempresas e empresa de pequeno porte, as quais podem ser entendidas como a sociedade empresária, a sociedade simples e, em conformidade com o art. 966 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002, define o empresário como quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços, devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas.

De acordo com a Revista PEGN (2020), nas três últimas décadas as MPE's vêm desempenhando um papel cada vez mais estratégico na economia brasileira, e respondem atualmente por 30% do valor adicionado ao PIB do país. Com tamanha importância e dado o crescimento quantitativo das MPE's, é natural a concepção de legislação que regulamente essa vertente empresarial, bem como políticas de incentivo governamental. No que tange à legislação, um dos principais dispositivos legais é a Lei Complementar 123, de 2006 a qual regulamenta o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, além de estabelecer normas gerais no que se refere aos tratamentos diferenciados e favorecidos despendidos às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (BRASIL, 2006).

Como se percebe, a referida lei estabelece regras que devem ser observadas por todos os entes federativos, ou seja, é uma lei nacional. A referida lei também é um marco, visto que a partir da mesma houve uma quebra de tradições e paradigmas que de certa forma engessavam a economia, como por exemplo, o excesso de burocracia para as MPE's

A Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (MPE's), instituída pela Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006, surgiu da percepção das entidades representativas e de apoio às pequenas empresas, conjuntamente com o Congresso Nacional brasileiro, que, por sua vez, entenderam que a burocracia estava se tornando um dos principais entraves para o crescimento econômico do país, haja vista que o excesso de formalidades dificultava o funcionamento empresarial e propiciava uma redução na competitividade do mercado, além de incentivar a informalidade, principalmente no universo das micro e pequenas empresas. Outra questão burocrática então existente era o excesso de custos para as empresas e governos, custos esses que, é bom lembrar, refletiam diretamente no bolso da sociedade brasileira (OLIVEIRA, 2013, p.83).

A questão da burocracia sobre as MPE's tem sido amplamente discutida, praticamente em todas as reuniões sobre empreendedorismo no Brasil, uma das frases mais comuns que se ouve nesses encontros, é: “é difícil abrir uma empresa no Brasil e impossível fechá-la.” Segundo o autor, isso se dá devido ao excesso de burocracia, ou seja, o empreendedor/empresário é submetido a um trâmite legal muito demorado, o qual corresponde a uma média de 83,6 dias para se formalizar um negócio e a depender da região, esse prazo pode se estender. (LOPES, 2015).

Diante dessas e de outras situações em 2015 foi lançado o programa Bem Mais Simples. Segundo o Serviço Federal de Processamento de Dados - SERPRO (2015), o programa tem como objetivo central facilitar e simplificar a vida dos empreendedores através de um único cadastro integrado a administração pública, e garante a abertura de um negócio em cinco dias, pois elimina várias etapas do processo tradicional.

O programa instituído pelo governo tem cinco pontos principais que são: eliminar exigências obsoletas com o avanço tecnológico; unificar o cadastro e identificação do cidadão; dar acesso aos serviços públicos em um só lugar; guardar informações do cidadão para consultas; e resgatar a fé na palavra do cidadão, substituindo documentos por declarações pessoais. (LOPES, 2015).

A Lei Complementar 123/2006 (BRASIL,2006), em seu artigo 3º, define a microempresa e a empresa de pequeno porte, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e determina também pela receita bruta que é definida como o resultado da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços

prestados, não abrangidas as vendas anuladas e os descontos incondicionais concedidos. Assim, são consideradas como microempresas aquelas cujo faturamento bruto seja igual ou inferior a R\$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais). E em relação à empresa de pequeno porte, enquadra-se aquela que obtenha o faturamento anual superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e que seja igual ou inferior a R\$ 4.800.000 (quatro milhões e oitocentos mil reais.) no ano-calendário.

A melhora do ambiente dos negócios no Brasil em 2019, devido a mudanças recentes na legislação brasileira, como por exemplo: operacionalização da reforma trabalhista, em vigência desde novembro de 2017, que trouxe maior flexibilidade aos contratos de trabalho, permitindo customizações favoráveis a empregados e empregadores; aprovação da reforma da previdência em 2019, com a qual espera-se uma redução dos gastos públicos, melhorando a confiança dos empresários e liberando recursos para investimentos; aprovação da medida provisória da liberdade econômica com o objetivo de reduzir a burocracia e facilitar a abertura de empresas, principalmente das micro e pequenas. Dentre as mudanças que contribuíram para tal melhoria, estão a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como é o caso da maioria dos pequenos comércios, a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, e a criação da figura do abuso regulatório, para impedir que o poder público edite regras que afetem a “exploração da atividade econômica” ou prejudiquem a concorrência. (GEM, 2019).

No final dos anos 1990, foi adotada no Brasil uma legislação tributária que simplificou e reduziu a carga tributária sobre as microempresas e empresas de pequeno porte, sendo esta a Lei nº 9.317/96, denominada Lei do “SIMPLES”. O Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de pequeno Porte – SIMPLES, é uma lei que foi sancionada em dezembro de 1996 e que estabelece o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido no recolhimento de impostos federais para as micro e pequenas empresas (BRASIL, 1996). A inscrição do SIMPLES implica o pagamento mensal unificado de seis impostos e contribuições federais: Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ), Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Contribuição para Seguridade Social do proprietário da firma. Esse tributo simplificado depende da receita bruta acumulada no ano calendário e varia de 3% a 5% do total da receita bruta para microempresas e de 5,4% a 8,6% para pequenas empresas.

Com base nos dados apresentados pelo SEBRAE (2020), no Brasil, as micro e pequenas empresas representam 89,93% do total de estabelecimentos no país. São mais de 19 milhões de empreendimentos, dos quais 9.795.497 são microempreendedores individuais e mais de 7.479.935 são micro e pequena empresas, presentes, principalmente, nos setores de serviços e comércio.

## 5 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

A referida pesquisa é classificada, segundo seu objetivo, como exploratória e descritiva. Pois, consoante a Gil (2010), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Para atingir os objetivos, utilizamos também a abordagem descritiva. Esta tem como objetivo primordial o detalhamento das características de determinada população ou fenômeno. Estabelecendo uma relação entre as variáveis, incluindo a pesquisa bibliográfica a partir de livros e artigos.

A pesquisa bibliográfica foi o primeiro procedimento técnico utilizado. Dado que ela “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2002, p.44). Para Marconi e Lakatos (2010), a finalidade da pesquisa bibliográfica é colocar o pesquisador em contato direto com a máxima fundamentação possível referente a bibliografia pertinente que ofereça meios para definir e resolver problemas conhecidos, como explorar os que não se solidificaram o suficientemente, permitindo, então, o reforço paralelo na análise de suas pesquisas.

Outro procedimento técnico utilizado foi do tipo levantamento ou *survey* com aplicação de instrumentos para gerar dados estatísticos. Os pontos fortes deste tipo de pesquisa é que ela é útil na descrição de características de uma grande população, são baratas e flexíveis. Além disso, cada questão pode ser desmembrada em vários tópicos, ampliando as possibilidades de análise, permitindo ao pesquisador desenvolver definições operacionais sobre um determinado conceito a partir de observações *in loco*, e não de modo preconcebido (BABBIE, 2006). Segundo Creswell (2007), a estratégia de pesquisa do tipo levantamento, oferece uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões ao se estudar uma amostra de uma população. Esta estratégia foi escolhida por permitir identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/ inovação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte. Os dados foram coletados através de questionário, posteriormente, foram analisados com o uso de procedimentos estatísticos.

Sob a abordagem do problema, esta pesquisa apresenta cunho quantitativo, pois apoia-se na análise matemática e estatística para o tratamento dos dados (FIGUEIREDO, 2008).

Facilitando a geração de resultados objetivos, graças a ordenação, mensuração e análises dos dados diretamente dos elementos estatísticos para validação dos resultados.

### **5.1 População e amostra**

A população do estudo constitui-se de Micro e Pequenos empreendedores do município de Teresina-PI, o que corresponde a aproximadamente 1.778 empresas abertas até o primeiro semestre de 2021 no município, conforme dados da Junta Comercial do Estado do Piauí (JUCEPI). Assim, foram direcionados questionários para essa população, dos quais se obteve uma amostra de 75 respondentes, para a aplicação desses, foram utilizados meios eletrônicos como *E-mail*. Após essa etapa, os dados foram exportados para o Excel para a elaboração dos gráficos, foram tabulados conforme os objetivos e, por fim, analisados e comparados as demais pesquisas citadas anteriormente.

A cidade de Teresina foi escolhida pois a participação da população do município de Teresina em relação ao Estado do Piauí vem aumentando ao longo dos anos, em 1991 era 23,2%, em 2000 aumentou para 25,2% e no último censo/2010 para 26,1%. Destaca-se ainda segundo o índice de cidades empreendedoras de 2020, realizado pelo Instituto Empreender ENDEAVOR, com uma pontuação 5,257, ocupando a 2ª no Nordeste, constituindo recorte geográfico favorável à análise.

De acordo com Acevedo e Nohara (2004), a composição da amostra refere-se aos elementos escolhidos para compor o seu dimensionamento. Para Roesch (1999), o propósito da amostragem é construir um subconjunto da população que representa as principais áreas de interesse da pesquisa. Considera a amostra probabilística sendo a que oferece a mesma chance estatística de cada membro da população ser incluído. Com o método aleatório, a amostra representativa da população garantirá a capacidade de generalização para toda a população (CRESWELL, 2007). A forma não aleatória de seleção, segundo Marconi e Lakatos (2010), não pode ser objeto de certos tipos de tratamento estatístico porque diminui a possibilidade de inferir para todos os resultados obtidos na amostra.

Neste trabalho, se optou pelo critério de classificação das Micro e pequenas empresas estipulado pelo SEBRAE, que utiliza o número de ocupantes, constitui o parâmetro mais utilizado. Foram classificadas como micro aquelas nas atividades de serviços e comércio com até 9 pessoas ocupadas, e como pequena empresa as que tinham entre 10 e 49 pessoas ocupadas; na atividade industrial, são micro aquelas com até 19 pessoas ocupadas, e pequenas empresas entre 20 e 99 pessoas ocupadas, média empresa de 100 a 499 pessoas ocupadas.

A população que participou da pesquisa foi por adesão, com o objetivo de mensurar e quantificar os dados de um maior número de empreendedores. O questionário elaborado a partir dos seguintes autores Vicenzi (2011), Coutinho e Araújo (2021) e o relatório GEM (2019), no qual foi enviado por *e-mail* aos Micro e pequenos empreendedores, tendo obtido um total de 75 questionários respondidos.

## 5.2 Coleta de dados

Segundo Roesch (1999), a coleta antecede a análise, porém ambas as fases estão relacionadas, já que a maneira como os dados são coletados determina o tipo de análise possível de ser realizada. A coleta de dados é bastante relevante para o delineamento da pesquisa.

A coleta de dados deste estudo ocorreu através do instrumento questionário. “Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações” (GIL, 2002, p. 121). O questionário, de acordo com Roesch (1999) consiste no instrumento mais utilizado para coleta de dados em pesquisa quantitativa, principalmente feita em grande escala. No questionário, a prioridade e importância de cada variável devem ser consideradas. Segundo Gil (2002), os questionários consistem basicamente em traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens. Segundo o autor, as questões devem ser preferencialmente fechadas, mas com alternativas exaustivas para abrigar uma ampla gama de respostas possíveis. As perguntas devem ser formuladas de maneira clara, concreta e precisa, possibilitando uma única interpretação e o número de perguntas deve ser limitado, entre outras recomendações.

O questionário anônimo utilizado na pesquisa foi elaborado com 20 questões visando a obtenção das seguintes informações: características dos Micro e Pequenos empreendedores; relações entre os fatores motivadores do empreendedorismo; a estrutura das Micro e pequenas Empresas no contexto da geração de emprego e renda, bem como das políticas públicas quando ao desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI.

O contato com as empreendedoras realizou-se pelo *e-mail*. Os participantes receberam o link no seu respectivo *e-mail*, o questionário esteve disponível no *Google Forms*. A coleta dos dados ocorreu no período de 28 de novembro a 13 de dezembro de 2021.

### 5.3 Tratamento e análise dos dados

A análise desta pesquisa foi feita através da comparação entre a fundamentação teórico-empírica e os resultados obtidos na pesquisa realizada com os 75 micros e pequenos empreendedores de Teresina-PI. Posteriormente foram contempladas as principais diferenças detectadas entre ambas.

**Quadro 8 - Objetivos específicos e perguntas do questionário.**

Objetivos específicos	Nº das Perguntas
Caracterizar empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inação ou necessidade;	1,2,3,4,5,8,9,10,11,12, 13,14,15,16,17
Verificar a estrutura das Micro e Pequenas Empresas no contexto da geração de emprego e renda em Teresina-PI;	6,7,10 e 15
Identificar estruturas das políticas públicas quando ao desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI.	18, 19 e 20

Fonte: Elaborado pela autora

## 6. AS CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESA E EMPREENDEDORIMOS EM TERESINA-PI

A partir da tabulação dos 75 questionários e da elaboração das tabelas por pergunta, os resultados foram organizados de modo a facilitar a identificação das respostas mais relevantes, com exceção das perguntas que já apresentavam uma ordem numérica nas próprias respostas. As perguntas de números 9,16,18,19 e 20 solicitavam apenas três respostas no máximo, as mais relevantes para cada caso.

### 6.1 Cenário do estudo: Teresina-PI

Capital do Piauí, Teresina fica localizada no Centro-Norte do Estado. Teresina começou a ser povoada no século XVII com Domingos Jorge Velho e um grupo de bandeirantes, que estabeleceram uma feitoria e um criatório de gado. Em 1797 foi erguida a igreja de Nossa Senhora do Amparo, e sua fundação foi oficializada em 16 de agosto de 1852. Com um projeto de criação inovador, elaborado por José Antônio Saraiva – o Conselheiro Saraiva, Teresina tornou-se capital da província por sua localização mais central, bem como pela navegabilidade dos rios Poti e Parnaíba. Das capitais nordestinas, é a única que não é litorânea e primeira planejada. Atividade mais desenvolvida era pecuária (PREFEITURA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO, 2010).

O município de Teresina está inserido na Microrregião de Teresina (IBGE) e no Território de Desenvolvimento Entre Rios (SEPLAN/PI). Atualmente, a economia se destaca pelo setor de serviços. Sua extensão territorial é de 1.391,293 km<sup>2</sup>, população estimada 868.075 pessoas. Teresina possui 123 bairros ocupando uma área territorial de 265,53 km<sup>2</sup>, divididos em quatro zonas administrativas, sendo elas: SDU – Superintendência de Desenvolvimento Urbano, Centro-Norte, SDU Leste, SDU Sudeste, SDU Sul, conforme o quadro 9.

**Quadro 9 - Divisão administrativa de Teresina por região e bairros**

SDU Centro Norte	SDU Leste	SDU Sudeste	SDU Sul
Acarape	Árvores Verdes	Beira Rio	Angélica
Aeroporto	Campestre	Bom Princípio	Angelim
Água Mineral	Cidade Jardim	Colorado	Areias
Alegre	Fátima	Comprida	Bela Vista
Alto Alegre	Horto	Extrema	Brasilar
Aroeiras	Ininga	Flor do Campo	Catarina
Bom Jesus	Jóquei	Gurupi	Cidade Nova

Buenos Aires	Morada do Sol	Itararé	Cristo Rei
Cabral	Morros	Livramento	Distrito Industrial
Centro	Noivos	Novo Horizonte	Esplanada
Chapadinha	Novo Uruguai	Parque Ideal	Lourival Parente
Embrapa	Pedra Mole	Parque Poti	Macaúba
Frei Serafim	Piçarreira	Redonda	Monte Castelo
Ilhotas	Planalto	Renascença	Morada Nova
Itaperu	Porto do Centro	São Raimundo	Nossa Senhora das Graças
Jacinta Andrade	Recanto das Palmeiras	São Sebastião	Parque Jacinta
Mafrense	Samapi	Tancredo Neves	Parque Juliana
Mafuá	Santa Isabel	Todos os Santos	Parque Piauí
Marques	Santa Lia	Verde Cap	Parque São João
Matadouro	São Cristóvão		Parque Sul
Matinha	São João		Pedra Miúda
Memorare	Satélite		Pio XII
Mocambinho	Socopo		Portal da Alegria
Monte Verde	Tabajaras		Promorar
Morro da Esperança	Uruguai		Redenção
Nova Brasília	Vale do Gavião		Saci
Olaria	Vale Quem Tem		Santa Cruz
Parque Alvorada	Verde Lar		Santa Luzia
Parque Brasil	Zoobotânico		Santo Antônio
Piçarra			São Lourenço
Pirajá			São Pedro
Porenquanto			Tabuleta
Poti Velho			Três Andares
Primavera			Triunfo
Real Copagre			Vermelha
Santa Maria			
Santa Rosa			
São Joaquim			
Vila São Francisco			
Vila Operária			

Fonte: SEMPLAN (PPA 2018-2021).

No tocante ao apoio as Micros e Pequenas Empresas, foi criada a Lei da Micro e Pequena Empresa, em 2017 Teresina aderiu a REDESIM – Rede Nacional para Simplificação de Empresas e Negócios, em parceria com a Junta Comercial do Piauí. No Piauí, a REDESIM é regulamentada pelo Decreto Estadual nº16.053 de 2015.

### 6.1.1 Produto Interno Bruto de Teresina

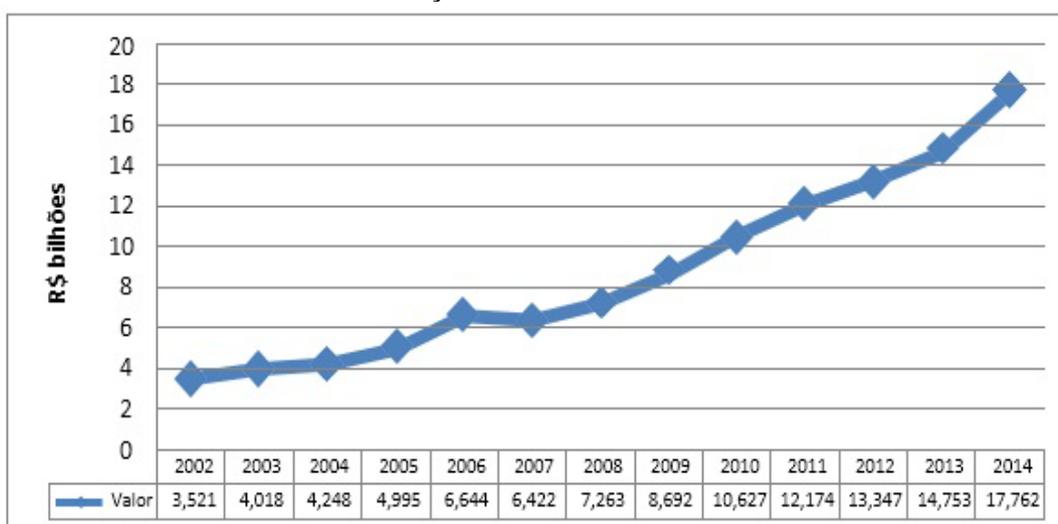
O PIB anual das Unidades da Federação é calculado pelo Sistema de Contas Regionais do Brasil, coordenado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em parceria com institutos estaduais de estatísticas, no caso do Piauí, a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais (CEPRO, 2020).

Em 2000 o PIB era de 2,4 bilhões e representava 45,5% da riqueza gerada no Estado. Teresina ocupava a 8ª posição dentre todos os municípios do Nordeste e 49ª no ranking nacional. No ano de 2002 ocupava a 11ª e 72ª, respectivamente. Em relação ao ano de 2000, houve uma pequena redução da participação do setor de serviços, que respondia por 68,3%, já a indústria participava com 16,6% e a agropecuária com 0,9%. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO, 2010).

O PIB a preço de mercado no município de Teresina em 2010 atingiu o montante de R\$ 10,5 bilhões de reais representando 47,8% do PIB estadual, ocupando a 1ª colocação no estado do Piauí. Quando se estratifica o PIB de Teresina referente ao ano de 2010 por setor, a maior participação é de serviços com 66,1%, a indústria responde por 18,4%, o setor primário com 0,6%, e os demais (14,9%) correspondem a impostos sobre produtos líquidos de subsídios a preços correntes. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO, 2010).

O PIB em 2014 alcançou o montante de R\$ 17,7 bilhões, um crescimento nominal de 20,4% em relação ano anterior. O PIB de Teresina em 2014 ocupa a 7ª entre as Capitais do Nordeste, a 18ª entre as capitais e 41ª entre os municípios brasileiros. O gráfico 2 ilustra a evolução do PIB de Teresina no período de 2002 a 2014.

**Gráfico 2- Teresina – Evolução do PIB – 2002 a 2014 – R\$ bilhões**



Fonte: SEMPLAN (PPA 2018-2021).

Estado do Piauí apresentou o PIB de R\$ 50,38 bilhões. A economia do Piauí manteve sua participação de 0,7% no PIB nacional. Sendo o 3º maior crescimento do Nordeste e 12º do país. Na estrutura setorial, a economia do Piauí permanece com a predominância do setor

Serviços, contudo, nos últimos anos observa-se uma mudança de participação em favor da Agropecuária, devido principalmente ao aumento da produção e rendimento médio da soja, e em favor da Indústria, devido ao aumento no segmento de geração e distribuição de energia elétrica. (SEPLAN, 2020).

Em 2018, 4,5% dos municípios piauienses concentram 62,61% da riqueza do Estado e 40,77% da população. Teresina respondeu por 41,61% do PIB estadual, com um PIB de R\$ 20,96 bilhões, seguida dos municípios de Parnaíba (4,61%), Uruçuí (3,38%), Picos (3,01%), Floriano (2,19%), Baixa Grande do Ribeiro (1,89%), Bom Jesus (1,80%), Guadalupe (1,47%), Piri-piri (1,43%) e Campo Maior (1,21%). Teresina foi o município piauiense com o maior PIB em 2018. O PIB de Teresina, levando em consideração recorde territorial região, ocupa a 8ª entre as Capitais do Nordeste, 46ª entre os municípios brasileiros, segundo quadro 10.

**Quadro 10- produto interno bruto de Teresina – 2018**

RECORDE	POSIÇÃO	PIB %
Nacional	46 <sup>a</sup>	0,30%
Regional – Nordeste (capitais)	8 <sup>a</sup>	2,09%
Municípios – Piauí	1 <sup>a</sup>	41,61%

Fonte: Elaborado pela autora

No que se refere à dinâmica das atividades econômicas estabelecidas na capital piauiense, o PIB de Teresina teve como maior Valor Adicionado Bruto (VAB) em 2018, o setor de Serviços. Desse modo, este representou no ano de 2018, 84,04% do PIB do município, sendo suas principais atividades: comércio e fabricação de bebidas. A Indústria e Agropecuária no município representaram respectivamente 15,66% e 0,30% do PIB municipal no ano de 2018. Destaca-se a participação relativa aos serviços no Estado em 2018: 59% do Comércio do Estado; 63% do Alojamento e Alimentação; 52% do Transporte (Aéreo 99%) 59% Intermediação Financeira e 66% Educação Mercantil. (CEPRO, 2020).

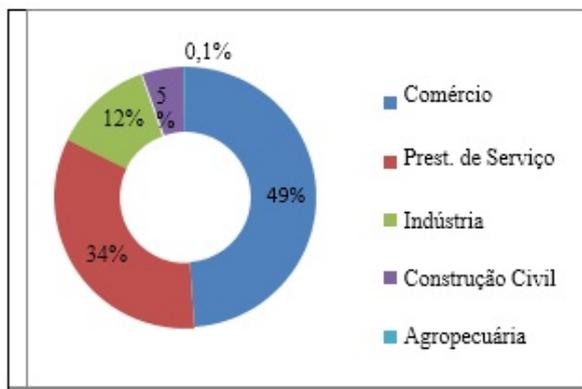
### 6.1.2 Números de Empresas

No Piauí em 2011, 42% dos 4.800 novos empreendimentos iniciados ocorreram em Teresina, elevando para 22.800 o número de negócios ativos na capital. Isto representa um considerável crescimento da atividade empreendedora, levando em conta que o número de empreendimentos registrados, nos anos anteriores, foi de 1.483 (2005), 1.457 (2006), 1.538 (2007) e de 1.922 (2008). O número de empreendimentos registrados em 2011 corresponde a

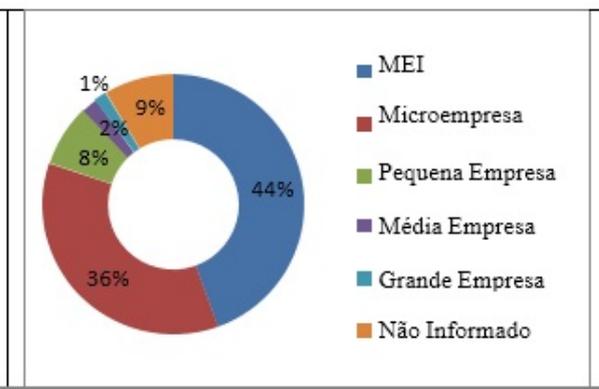
77% dos empreendimentos registrados no período de 2005 a 2008. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO, 2010).

Os dados disponibilizados pelo SEBRAE/PI com base no ano de 2015 no cadastro de empresas ativas com foco na atividade empresarial mostram a existência de 43.423 empresas, destas 49% são do setor de comércio, 34% de prestação de serviços, 12% indústria, 5% da Construção civil e 0,1% da agropecuária. Quando analisado por porte econômico, prevalecem os empreendedores individuais com 44% das empresas formais, 36% microempresas, 8% empresas de pequeno porte, 2% média empresa, 1% de grande porte e demais 9% Não Informado, conforme gráficos 3 e 4.

**Gráfico 3- Teresina - Número de empresas por setor econômico - 2015**



**Gráfico 4- Teresina - Número de empresas por porte econômico - 2015**



Fonte: UGE do SEBRAE/PI.

Desde janeiro de 2020, o uso do Sistema do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) foi substituído pelo Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial) para parte das empresas, conforme estabelecido pela Portaria SEPRT nº 1.127, de 14/10/2019. O novo cadastro gera estatísticas do emprego formal por meio de informações captadas dos sistemas: E-Social, CAGED e Empregador Web, abrangendo um número maior de empresas e trabalhadores. Segundo dados do Novo CAGED, o Piauí registrou saldo de postos de trabalho em todos os municípios, com destaque para os seguintes: Teresina (3.187), União (462), Parnaíba (283) e Floriano (196), conforme tabela 1.

**Tabela 1 - Empregos formais dos 15 maiores municípios do Piauí - 2020 (julho a setembro)**

Município	Admissões	Desligamentos	Saldo
Altos	97	37	60
Barras	43	32	11
Campo Maior	153	124	29
Esperantina	48	40	8
Floriano	533	337	196
José de Freitas	27	23	4
Miguel Alves	18	11	7
Oeiras	170	105	65
Parnaíba	1.010	727	283
Pedro II	20	20	0
Picos	503	446	57
Piripiri	171	122	49
São Raimundo Nonato	205	117	88
<b>Teresina</b>	<b>12.115</b>	<b>8.928</b>	<b>3.187</b>
União	637	175	462
<b>Total</b>	<b>15.750</b>	<b>11.244</b>	<b>4.506</b>

Fonte: Adaptado de Novo CAGED – SEPRT/ME (2020). Elaboração: Superintendência CEPRO (2020).

Em 2020, o Piauí acumula 231.106 empresas ativas, sendo a maioria enquadrada como microempresa (98.550), microempreendedor individual (95.170), empresa de pequeno porte (6.155) e demais (31.231), isto é, empresas não enquadradas em nenhum regime especial de tributação. (PIAÚÍ DE NEGOCIOS, 2020).

Já no primeiro semestre de 2021, no Piauí, das 4.094 empresas abertas, 3.372 são microempresas (82,36%), ou seja, faturam até R\$360 mil por ano; 546 são empresas de pequeno porte (13,34%), que faturam até R\$ 4,8 milhões, e 176 (4,30%) são demais empresas não enquadradas. Os 10 municípios que mais abriram empresas no primeiro semestre de 2021 correspondem a 64,68% do total de empresas abertas nesse período. No ranking por cidades, Teresina lidera os novos negócios (1.778); Picos (187); Parnaíba (172); Floriano (134) e São Raimundo Nonato (89), Bom Jesus (80), Urucuí (60), Campo Maior (58), Pedro II (44), Piripiri (43). (JUCEPI, 2021).

Por atividade econômica, em Teresina, o comércio segue puxando as aberturas (1.849); seguido pelas atividades profissionais, científicas e técnicas (361); saúde humana e serviços sociais (357); construção (274); atividades administrativas e serviços complementares (217). Segundo IBGE (2019), número de empresas e outras organizações atuantes em Teresina corresponde a 19.296 unidades.

### 6.1.3 Mercado de trabalho

Os dados do Ministério do Trabalho sobre o número de empregos formais em 2011 mostram um total de 254.344 pessoas ocupadas em Teresina (64,6% do total do Estado), com destaque para o setor de serviços (34,4%), administração pública (28,5%) e comércio (17,9%). Em 2000 em Teresina existiam 124.382 pessoas empregadas – isto representava 60,4% do total de empregados no Estado. Os setores mais representativos eram da administração pública (34,0%), serviços (27,4%) e comércio (17,2%), conforme tabela 2.

**Tabela 2 - Emprego e renda em Teresina nos anos de 2000 e 2011**

Anos	Total de pessoas empregadas	Serviços	Administração pública	Comércio	% em relação ao Estado	Taxa de ocupação da PEA*	População desocupada e na informalidade*
2000	124.382	27,4 %	34,0 %	17,2 %	60,4 %	83,17 %	315.738
2011	254.344	34,4 %	28,5 %	17,9 %	64,6 %	90,22 %	396.724

Fonte: Emprego e renda em Teresina nos anos de 2000 e 2011

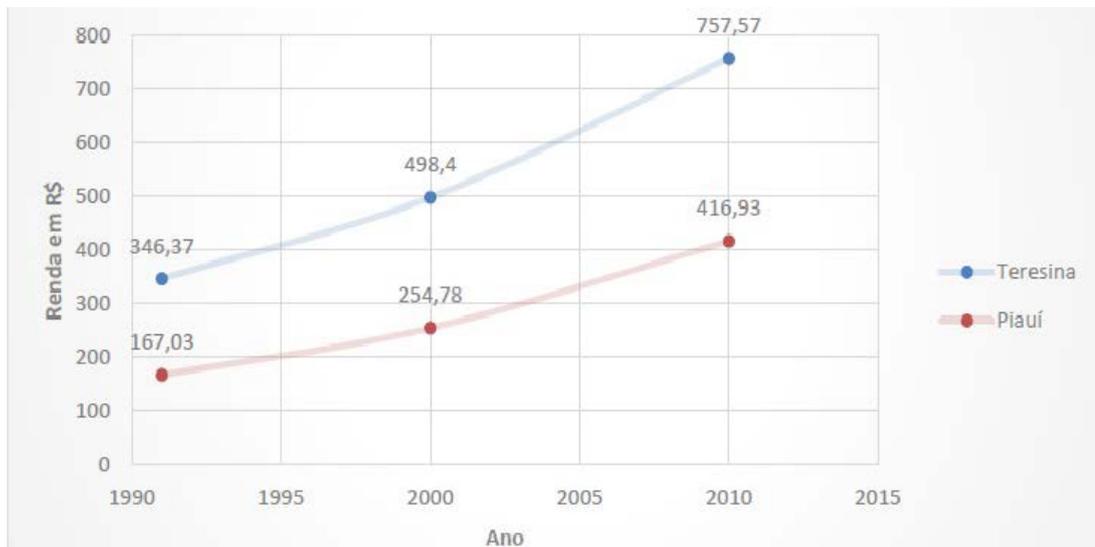
Os dados do Ministério do Trabalho sobre o número de empregos formais em 31/12/2015, mostram um total de 289.440 pessoas ocupadas em Teresina, um aumento de 528 postos de trabalhos que corresponde a 0,18% em relação ao ano anterior, representava 62,8% do total do Estado. Destaque para o setor de Serviços (40,0%), Administração Pública (26,44%) e Comércio (17,8%). (SEMPLAN PPA 2018-2021).

Em janeiro de 2021, segundo levantamento foi feito pelo SEBRAE Nacional, com base em dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério da Economia, mostra que as micro e pequenas empresas (MPE) piauienses geraram, no último mês de janeiro, cerca de 2,1 mil novos empregos, um incremento de 39% em relação ao mesmo período de 2020, quando foram gerados pouco mais de 1,5 mil empregos. Esse saldo coloca o Estado em 2º colocado no ranking de vagas por 1 mil empregados no Nordeste, com uma taxa de 13,37 empregos gerados, e em 7º lugar no país, ficando acima da taxa da região (11,68), e do Brasil (10,22). Segundo o levantamento, pelo sétimo mês consecutivo os pequenos negócios lideraram a geração de postos de trabalho no Piauí, com um saldo de quase 11 mil empregos gerados entre os meses de julho de 2020 e janeiro de 2021. Já as médias grandes empresas (MGE) acumularam um saldo de 111 empregos no mesmo período. (PIAUI NEGOCIOS, 2021).

### 6.1.4 Renda

Em Teresina a renda *per capita* cresceu aproximadamente 118,7% levando-se em consideração o período de 1991 a 2010 –, e no estado do Piauí crescendo por volta de 149,6%, porém a renda *per capita* ainda era maior no município do que no estado, como observa-se no gráfico 5:

**Gráfico 5- Renda per capita, Teresina e Piauí 1991-2010.**



Fonte: Núcleo de Estudos em Saúde Pública – NESP 2016

A renda *per capita* em Teresina, em 2010, foi de R\$757,88 e no estado do Piauí de R\$416,93; enquanto no ano de 1991 os valores eram de R\$346,37 para o município, e de R\$167,03 para o estado. Em 2010, a renda *per capita* no município, estava entre os valores de R\$624,00 e R\$ 1.157,00 sendo considerada alta, segundo indicadores do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, índice ainda não atingido pelo estado. Além disso, o percentual de extremamente pobres no município caiu 16,44 pontos percentuais, e no estado 29,07 pontos percentuais no período compreendido entre 1991 e 2010, entretanto o percentual de extremamente pobres em Teresina é menor do que no Piauí, como podemos verificar no gráfico 6.

**Gráfico 6- Percentual de extremamente pobres, Teresina e Piauí, 1991-2010.**



Fonte: Núcleo de Estudos em Saúde Pública – NESP 2016

No ano de 2010 segundo dados do Atlas de Desenvolvimento Humano, em relação às desigualdades sociais em Teresina, os 20% da população mais pobre detinham 2,77% de toda a riqueza do município, enquanto os 10% mais ricos detinham 51,06% de toda a riqueza. Ao passo que no Piauí os 20% mais pobres possuíam 1,65% de toda a riqueza do estado, enquanto os 10% mais ricos possuíam 49,91% de toda a riqueza.

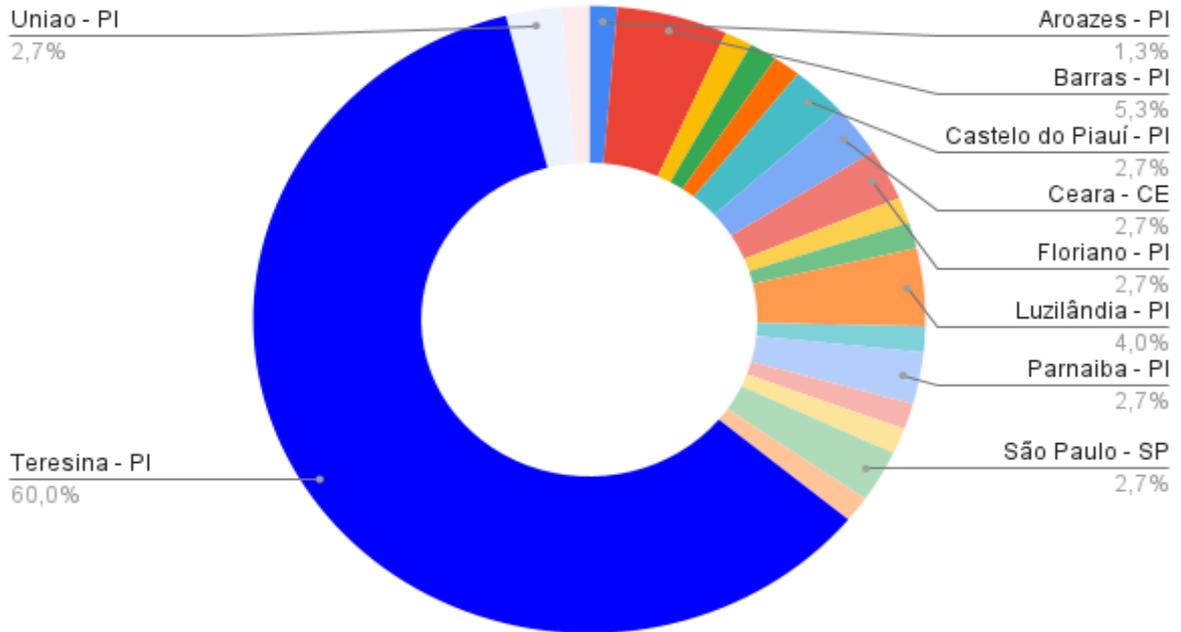
Em se tratando da distribuição de renda, os dados do Censo/2010 mostram que no município de Teresina havia 252 mil domicílios, destes 20% tem faixa de renda de até 1 Salário Mínimo - SM, 25% na faixa de 1 a 2 SM, 31% entre 2 a 5 SM, 12% entre 5 a 10 SM, 9% acima de 10 Salários Mínimos e demais 3% Sem Rendimentos. (IBGE, 2010).

## **6.2 Características dos empreendedores das MPE'S em Teresina-PI.**

Para delinear as características dos empreendedores do município de Teresina-PI, foram analisadas onze perguntas do questionário (1, 2, 3, 4,5,8,9,11,12,13 e 14).

Observa-se que 60% dos empreendedores são naturais de Teresina - PI, destaca-se empreendedores naturais de outros municípios tais como: Barras – PI (5,3%); Luzilândia - PI (4,0%); União - PI, Castelo do Piauí - PI, Floriano PI e Parnaíba com 2,7% cada. Sendo provenientes de outras cidades, tais como São Paulo (SP) com 2,7%, Ceará (CE) com 2,7%, Minas Gerais (MG) com 1,3%, Pará (PA) com 1,3%, Pernambuco (PE) com 1,3%, conforme gráfico 7.

Gráfico 7 - Naturalidade

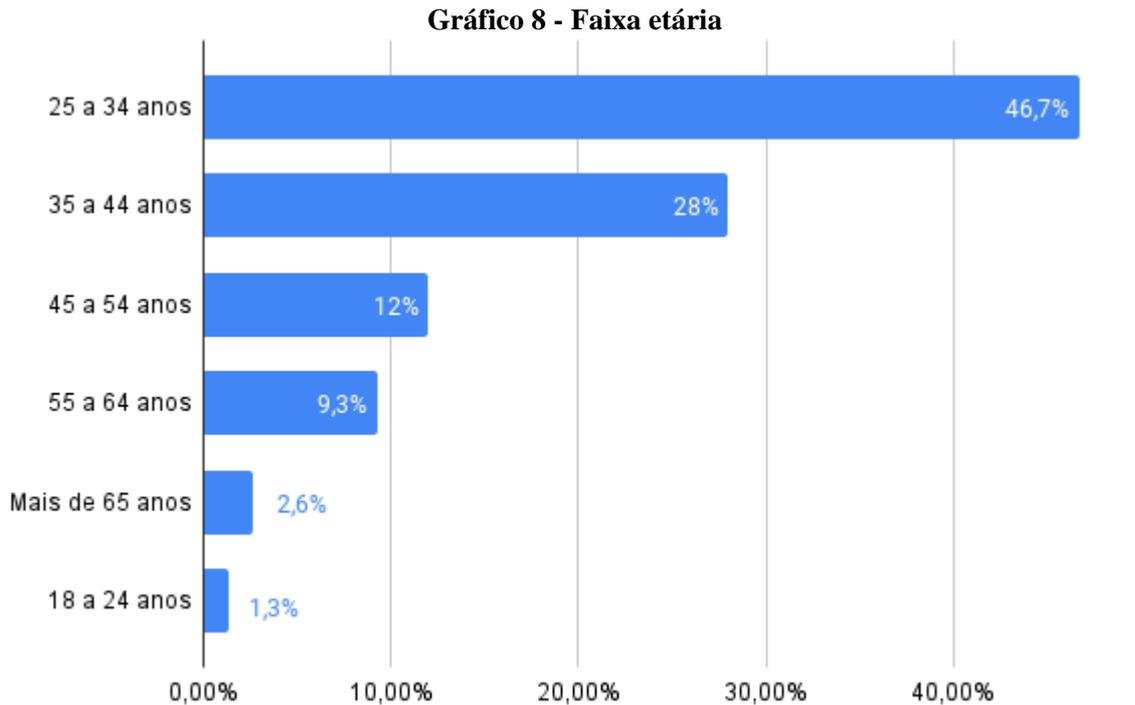


Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à participação de homens e de mulheres na atividade empreendedora no Brasil, segundo relatório GEM Brasil (2019) praticamente não existiu diferença entre homens e mulheres no estágio de empreendedorismo inicial. Contudo, no estágio estabelecido, os homens foram mais ativos do que as mulheres – a taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido. Observa-se nesta pesquisa que 54,7% do gênero masculino e 45,3% do gênero feminino.

No que se refere à idade, no Brasil, de todas as faixas etárias consideradas, é a dos seniores (55 – 64 anos) que mais se diferencia das demais no empreendedorismo inicial. Nessa faixa etária encontra-se a menor taxa, com apenas 12,4% dos brasileiros envolvidos com empreendimentos em estágio inicial. Em todas as demais faixas, a taxa de empreendedorismo inicial varia menos, indo de 22,6% na faixa dos 45 aos 54 anos, até 26,7% na faixa com maior intensidade empreendedora (35 – 44 anos). (GEM, 2019).

De acordo com o gráfico 8, observa-se que 86,7% dos empreendedores de Teresina estão na faixa etária de 25 e 54 anos, conforme dados: 25 a 34 anos com 46,7%; 35 a 44 anos com 28%; 45 a 54 anos com 12%. O que corrobora com os dados GEM (2019), no qual cerca de 73% dos empreendedores em ambos os estágios possuíam entre 25 e 54 anos. Entre os empreendedores de Teresina as faixas etárias: 18 a 24 anos com 1,3% e mais de 65 anos com 1,3% no estudo apresentou-se empreendedores de 66 e 70 anos.



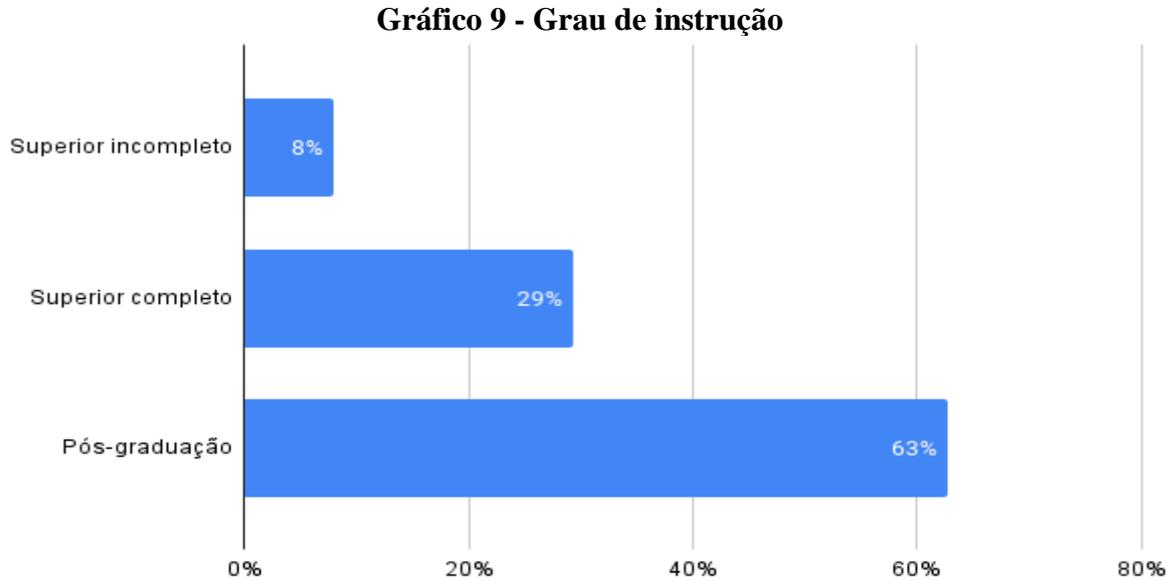
Fonte: Dados da pesquisa

A educação é importante na criação do empreendedor. Sua importância se reflete não só no nível educacional obtido, mas também no fato de que continua a desempenhar um papel ao auxiliar os empreendedores a lidar com os problemas que enfrentam. Ainda que uma educação formal não seja necessária para iniciar um negócio, [...] que não concluíram a escola secundária, ela realmente oferece uma boa experiência, em especial quando tem a ver com a área do empreendedorismo. (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2014, p.17).

Observa-se que no Brasil, em 2019, a partir do estrato dos que possuem o ensino fundamental completo (com taxa de empreendedorismo inicial de 23,3%) até os níveis de escolaridade mais elevados, as diferenças entre as taxas de empreendedorismo inicial, apesar de existirem, não são grandes. Já os empreendedores estabelecidos com nível de escolaridade inferior ao ensino médio completo representam aproximadamente 13 milhões de pessoas. Por outro lado, cerca de 2,2 milhões de pessoas com nível universitário são proprietárias de um empreendimento já consolidado, pode-se afirmar que, para cada empreendedor estabelecido com nível universitário, existiam seis outros empreendedores que não concluíram o ensino médio. (GEM, 2019).

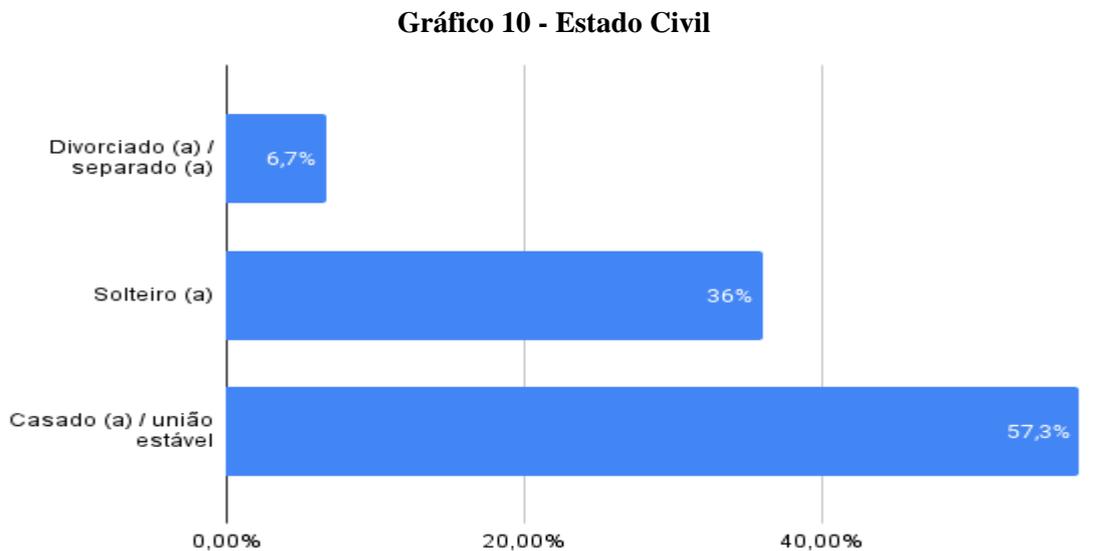
Na pesquisa realizada por Machado *et al.*; (2003) com 90 empreendedores, 63,28% eram graduados ou pós-graduados. Também no estudo realizado por Crespam *et al.*, (2009) 83,33% dos entrevistados eram graduados ou buscavam uma pós-graduação, assim com a

maioria dos empreendedores pesquisados em Teresina, como mostra gráfico 9, 8% possuem superior incompleto; 29 % têm Superior completo; 63% possuem Pós-graduação.



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao estado civil, a pesquisa mostra que 57,3% são casados ou estão numa união estável. Na pesquisa de Guedes (2009), 70% eram casados e segundo o relatório dos entrevistados, o casamento e a relação com o cônjuge foram fatores que exerceram grande influência em suas carreiras. Segundo Hisrich e Peters (2004), o empreendedor geralmente é casado. Acrescenta-se ainda que 36% são solteiros e 6,7% são divorciados conforme gráfico 10.

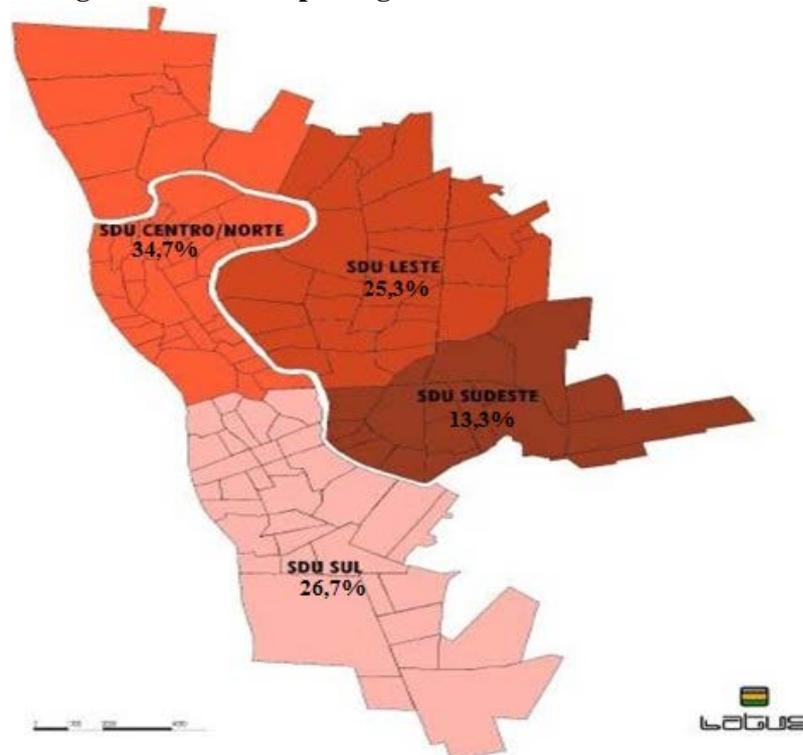


Fonte: Dados da pesquisa

O município de Teresina está inserido na Região Administrativa Integrada de Desenvolvimento do Polo Grande Teresina, criada pela Lei Complementar nº 112, de 19 de setembro de 2001, e regulamentada pelo Decreto nº 4.367, de 9 de setembro de 2002. A Região Integrada de Desenvolvimento (RIDE) de Teresina tem como objetivo articular e harmonizar as ações administrativas da União, dos estados e dos municípios para a promoção de projetos que visem à dinamização econômica e provisão de infraestruturas necessárias ao desenvolvimento em escala regional.

A RIDE tem prioridade no recebimento de recursos públicos destinados a investimentos que estejam de acordo com os interesses consensual entre os entes. Esses recursos devem contemplar demandas por equipamentos e serviços públicos, fomentar APLs, propiciar o ordenamento territorial e assim promover o seu desenvolvimento integrado. Divididos em quatro zonas administrativas, sendo elas: SDU – Superintendência de Desenvolvimento Urbano, Centro-Norte, SDU Leste, SDU Sudeste, SDU Sul. Nota-se que 34,7% dos empreendimentos de Teresina-PI estão localizados na zona Centro/Norte, 26,7% estão localizados na zona Sul, 25,3% estão localizados na zona Leste e 13,3% na zona Sudeste, conforme figura 4. Observa-se as zonas Centro/Norte e Sul que juntas correspondem a 61,4% dos empreendimentos de Teresina, com forte potencial para desenvolvimento local.

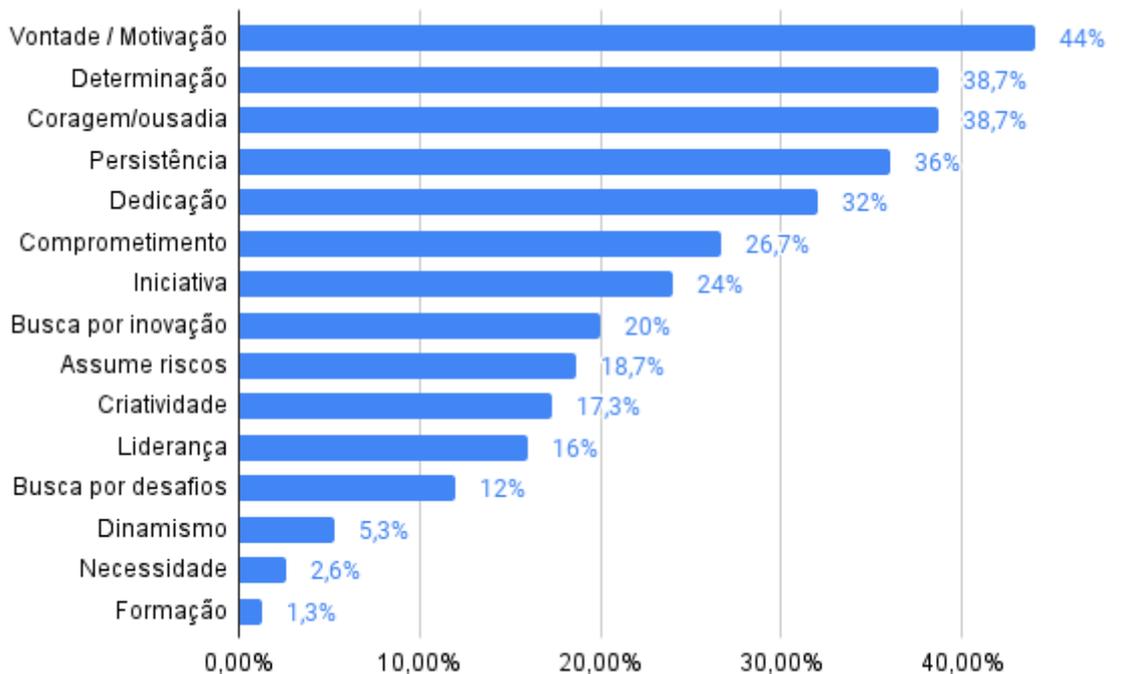
**Figura 4 - Teresina por regiões administrativas e bairros**



Fonte: Latus (adaptado)

As características pessoais que mais se destacaram entre os empreendedores de Teresina-PI foram: vontade/motivação com 44%, seguido por determinação com 38,7% e coragem/ousadia com 38,7%, como pode-se observar no gráfico 11. Esses dados fortalecem a pesquisa feita por Bulgacov e Vicenzi (2012), na qual as características pessoais que mais se destacaram foram: vontade/motivação e determinação com 12%, seguidos por coragem e ousadia com 9,2%. As características vontade/motivação foram citadas por Angelo (2003), Costigan *et al.*, (2006) e Knudson *et al.*, (2004). Coragem e ousadia foram citados por Crespam *et al* (2009).

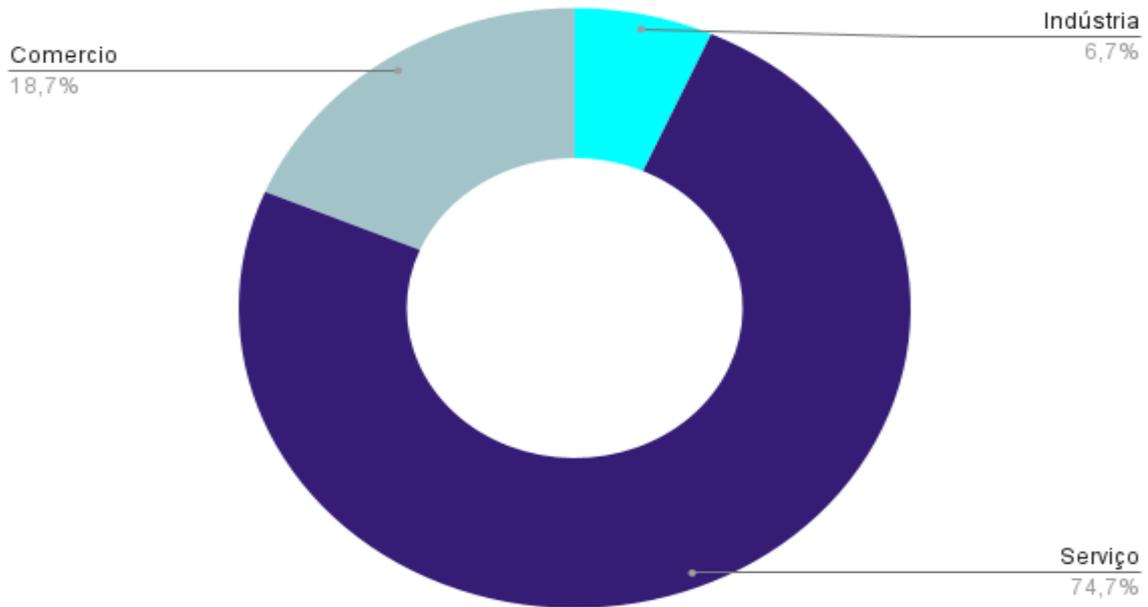
**Gráfico 11- Características pessoais que ajudaram a abrir o seu negócio**



Fonte: Dados da pesquisa

Segundo o relatório GEM (2009), o empreendedorismo no Brasil é marcado por negócios com foco em serviços, orientados para o consumidor final. Conforme dados do IBGE (2021), atualmente a economia de Teresina se destaca pelo setor de serviços. O ramo de atividade que prevalece entre os empreendedores pesquisados de Teresina é o de serviços, com 74,7%, seguido 18,7% comércio e 6,7% indústria, conforme gráfico 12. Os dados desse estudo coincide com o relatório GEM (2009) e dados do IBGE (2021).

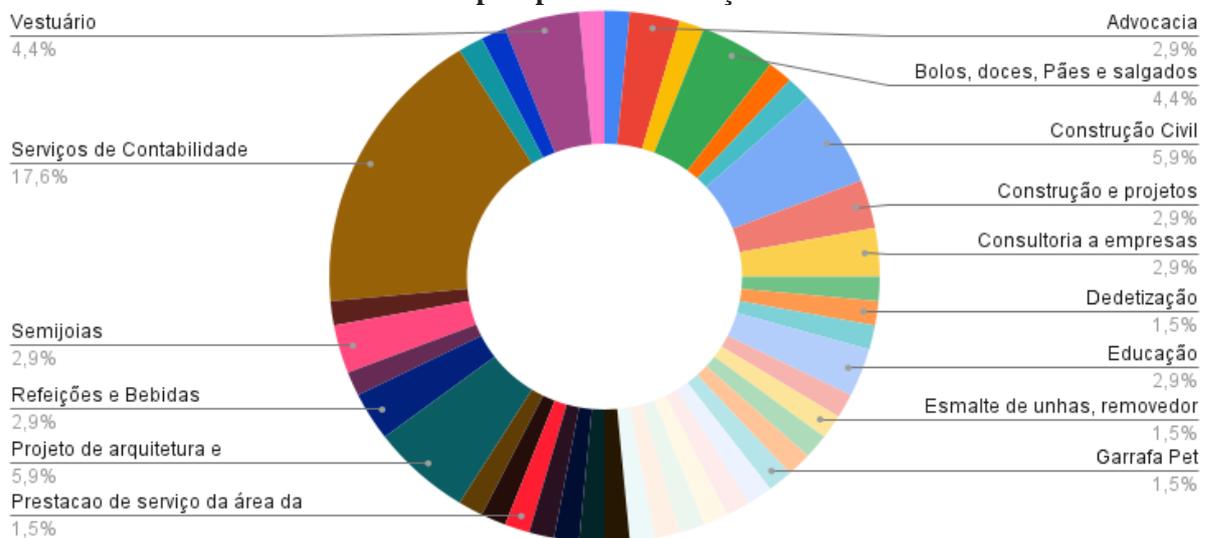
Gráfico 12 - Ramo de atividade



Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se uma grande diversidade de produtos/serviços comercializados pelos empreendedores de Teresina-PI, como por exemplo, semijoias (2,9%), bolos, doces, pães e salgados (4,4%) e vestuário (4,4%), conforme gráfico 13. Neste estudo, os que mais se destacaram foram: Serviços de Contabilidade e Consultoria (17,6%), o que corrobora com os dados desta pesquisa na qual a atividade que prevalece entre os empreendedores pesquisados de Teresina é o de serviços (74,7%). Destacam-se também: projeto de arquitetura, urbanismo e construção (5,9%) e Construção Civil (5,9).

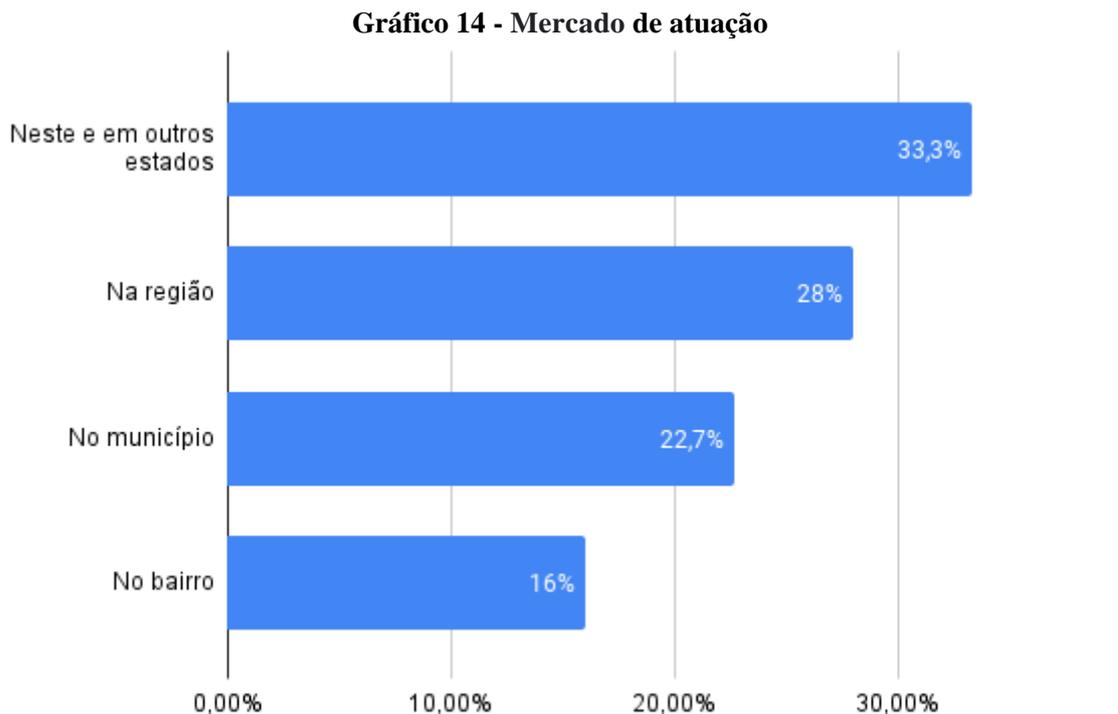
Gráfico 13 - Principais produtos/serviços comercializados



Fonte: Dados da pesquisa

O desenvolvimento econômico local é foco de estudo e uma preocupação das políticas públicas, sobretudo quando ele está associado ao empreendedorismo dos pequenos negócios nos municípios. Isso se dá porque tanto países emergentes ou subdesenvolvidos, devido às limitações de seus mercados, como municípios com menor poder de renda ou bairros mais pobres dos países desenvolvidos, costumam se beneficiar com a criação desses negócios (HOUSTON E REUSCHKE, 2017; CANEVER *et al.*, 2010; BATEMAN, 2000; ZVARYCH, 2017; POLIATYKINA E SAMOSHKINA, 2018).

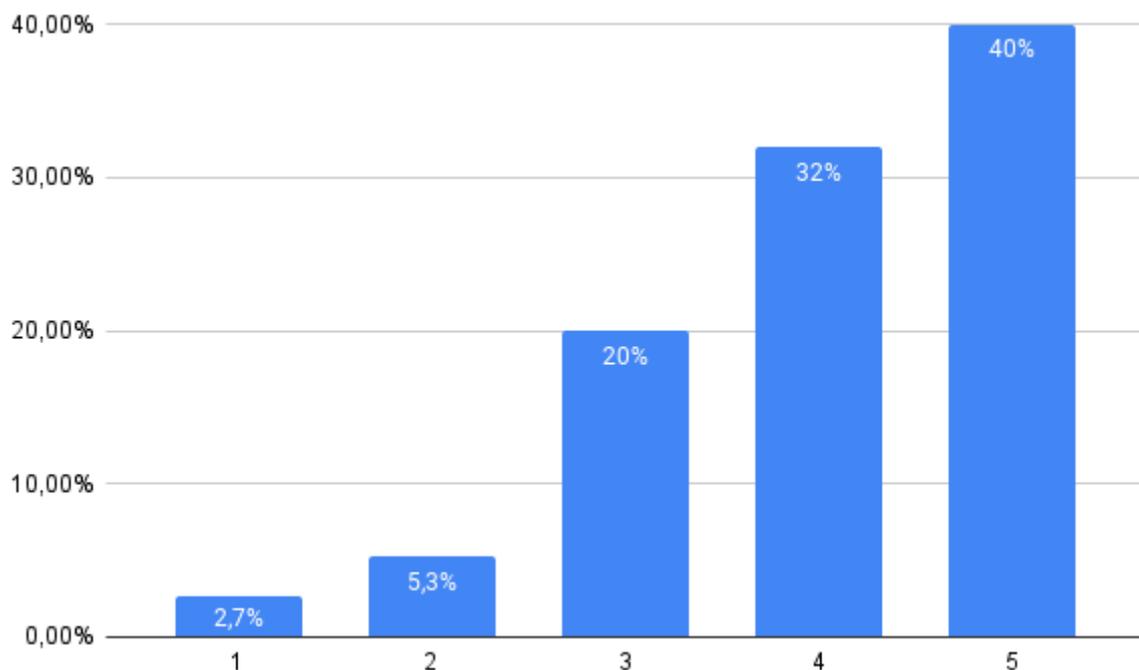
Ressalta-se, segundo mercado de atuação, Teresina-PI e outros Estados com 33,3%, como os mais relevantes para os empreendedores. Seguido de na região com 28% dos empreendimentos, no município com 22,7% e no bairro com 16%, como se observa no gráfico 14. Os dados apresentados fortalecem o relatório GEM (2019), no qual mostra que o empreendedorismo no Brasil é um fenômeno tipicamente voltado para o mercado interno. Somente 3% dos empreendedores, sejam iniciais ou estabelecidos, afirmam que têm ou terão clientes de fora do Brasil. Constata-se que os negócios gerados pelos empreendedores brasileiros são eminentemente locais, focados na própria cidade onde mora o empreendedor, conforme afirmaram 97,3% dos empreendedores iniciais e 99% dos estabelecidos. Cerca de 33% dos empreendedores iniciais e 26% dos estabelecidos dizem que têm ou terão clientes oriundos de cidades diferentes daquela em que moram.



Fonte: Dados da pesquisa

Segundo o SEBRAE (2010), as chances de um empreendimento ser bem-sucedido são maiores quando o empreendedor tem conhecimento prévio sobre o seu negócio. A respeito do conhecimento prévio sobre o negócio que abriu, em uma escala de 1 a 5, 40% dos empreendedores tinham muito (5) conhecimento sobre seu negócio, apenas 2,7% declarou possuir nenhum/pouco (1) conhecimento prévio sobre o negócio, conforme gráfico 15. Corroborando com os dados obtidos nos estudos realizados por Machado *et al.*, (2003), Crespam *et al.*, (2009) e Barros *et al.*, (2005), a oportunidade percebida no mercado aliado ao conhecimento prévio/formação acadêmica forma determinantes para a abertura do negócio, entre os empreendedores. Os dados deste estudo fortalecem a pesquisa realizada por Miao e Liu (2010) com 327 empresários, num total de 158 empresas, os resultados indicaram que os fatores psicológicos do indivíduo (estar atento ao mercado e conhecimento prévio) têm papel fundamental no reconhecimento da oportunidade empresarial e influenciam na tomada de decisão. O conhecimento prévio, segundo os autores, antecede o reconhecimento de oportunidades e impacta diretamente na tomada de decisões.

**Gráfico 15 - Conhecimento prévio sobre o negócio que abriu**



Fonte: Dados da Pesquisa

### 6.3 Oportunidade/inação ou necessidade.

Analisar as motivações para empreender sendo por oportunidade/inação ou necessidade dos empreendedores do município de Teresina-PI, foram analisadas duas perguntas do questionário (16 e 17).

A motivação do comportamento do empreendedor para a abertura de novos negócios, de acordo com o relatório GEM (2019), apresenta duas forças propulsoras: a oportunidade e a necessidade. Necessidade é consequência da criação de um negócio pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda, quando essa é a melhor opção disponível num determinado período. Oportunidade decorre quando se investe em um novo negócio a fim de aproveitar uma circunstância favorável percebida no mercado.

Quando questionado sobre o que motivou a querer abrir seu próprio negócio, observa-se que 49,3% dos micro e pequenos empreendedores de Teresina-PI, conforme quadro 11, indicaram o item realização profissional. Corroborando com Machado *et al.* (2003), Bernardi (2003), Jonathan e Silva (2007) que citaram a necessidade de realização pessoal/profissional como fator propulsor para abrir o negócio.

**Quadro 11- Motivos para empreender.**

<b>MOTIVOS PARA EMPREENDER</b>	<b>%</b>
<b>Realização profissional</b>	<b>49,3%</b>
<b>Desejo de independência</b>	<b>40%</b>
Fuga da rotina	4%
Busca por desafios	18,7%
Qualidade de vida	20%
Necessidade financeira	25,3%
Viu uma oportunidade no mercado	34,7%
Insatisfação com o trabalho anterior/ falta de perspectiva	8%
<b>Desejo de trabalhar por conta própria</b>	<b>42,7%</b>
Desejo de crescimento	34,7%
Influência familiar	2,7%
Desemprego	5,3%

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os estudos de Guedes (2009), os fatores motivadores para abrir um negócio próprio foram: vontade de trabalhar por conta própria, desejo de independência, desejo de crescimento, vontade de superar desafios, oportunidade de trabalho, insatisfação com o emprego anterior. Neste estudo 42,7% dos empreendedores de Teresina-PI indicaram o item

desejo de trabalhar por conta própria; desejo de independência (40%); desejo de crescimento (34,7%); insatisfação com o emprego anterior/ falta de perspectiva (8%).

Segundo GEM (2011), os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho, nota-se que apenas 5,3 % dos empreendedores de micro e pequenas empresas de Teresina PI declararam que o motivo para abrir seu próprio negócio foi por oportunidade de trabalho/Desemprego (5,3%).

Para Dornelas (2001), o empreendedor ao perceber uma oportunidade no mercado cria um negócio, e para Drucker (2003), o empreendedor aproveita a oportunidade ao buscar a mudança. Em pesquisa realizada por Machado *et al.*, (2003), com 90 empreendedoras, em três países, dentre eles o Brasil, a principal razão que as levaram a abrir um negócio foi à realização pessoal, seguido de percepção de oportunidade de mercado. Conforme GEM (2011) empreendedores por oportunidade formam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir. Destaca-se que 34,7% dos empreendedores de Teresina indicaram o item: viu uma oportunidade no mercado.

Algumas mudanças significativas foram incorporadas na pesquisa GEM com a população adulta de 2019, não mais restringindo as opções de respostas às categorias por necessidade e oportunidade e incluindo questões capazes de captar essas múltiplas motivações. Nessa nova abordagem, foram apresentadas aos entrevistados quatro afirmações sobre as razões de iniciar o negócio: “para ganhar a vida porque os empregos são escassos”, “para fazer diferença no mundo”, “para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” e “para continuar uma tradição familiar”.

Nessa diferente leitura da GEM (2019), tem-se que 26,2% dos empreendedores iniciais mencionaram que “ganhar a vida porque os empregos são escassos” foi a única motivação para começar um negócio. Quase 90% dos empreendedores iniciais concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos. Estabelecendo uma analogia com o empreendedorismo por necessidade na antiga classificação, é possível afirmar que esse valor é compatível e coerente com a trajetória que vinha sendo observada pelo empreendedorismo por necessidade nos últimos anos no Brasil. Da mesma forma, pouco mais da metade deles apontam que “fazer a diferença no mundo” (contribuir para um mundo melhor) foi um dos motivos que os levaram a empreender.

Quando questionado sobre sua motivação para empreender, observa-se que 34,7% dos empreendedores indicaram a opção: para ganhar a vida porque os empregos são escassos, corroborando com a pesquisa da GEM (2019). Em seguida a opção: para fazer diferença no mundo (29,3%); para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta (26,7%), conforme quadro 12. Nas pesquisas realizadas por Crespam *et al* (2009) e por Guedes (2009) 50% dos empreendedores tiveram a influência da família na decisão em abrir o negócio, no entanto a influência familiar como motivador para abertura do negócio foi insignificante com apenas 0,4%. Nota-se que somente 5,3% dos micro e pequenos empreendedores indicaram a opção: para continuar uma tradição familiar (5,3%), reforçando os estudos dos autores citados acima.

**Quadro 12- Motivação para empreender**

<b>MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER</b>	<b>%</b>
Para continuar uma tradição familiar	5,3%
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	26,7%
Para fazer diferença no mundo	29,3%
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	34,7%

Fonte: Dados da Pesquisa

#### **6.4 Importância das Micro e Pequenas Empresas: geração de emprego e renda em Teresina-PI**

Para verificar a estrutura das Micro e Pequenas Empresas no contexto da geração de emprego e renda em Teresina-PI, foram analisadas quadro perguntas do questionário (6, 7, 10 e 15).

O maior nível de atividade empreendedora inicial, foi registrado entre os que possuíam mais de 6 salários mínimos como renda familiar. Nesta faixa de renda, a taxa foi de 31,8%, com cerca de 3,6 milhões de empreendedores. Observe-se que, embora com uma taxa superior às obtidas nas faixas de renda mais baixas, o contingente de empreendedores iniciais entre a população mais rica foi quase quatro vezes menor que aquele dos empreendedores iniciais cuja renda familiar era de até 2 salários mínimos. Isto é um reflexo da desigualdade de renda no país, onde um grande contingente de pessoas ganha pouco e um pequeno grupo ganha muito. (GEM, 2019)

Conforme relatório GEM (2019), em relação aos negócios consolidados, nota-se que nas duas faixas de renda mais baixas estavam também as menores taxas de empreendedores estabelecidos. Entre os indivíduos com renda familiar de até 2 salários mínimos, a taxa foi cerca

de 13,5%. No caso das faixas de renda de 2 até 6 salários mínimos, a taxa subiu aproximadamente 4 pontos percentuais. E acima de 6 salários mínimos, 24,6% desses eram empreendedores estabelecidos. Considerando o empreendedorismo total, entre os adultos que pertenciam a núcleos familiares cuja renda era acima de 6 salários mínimos, 56,4 % eram empreendedores, proporção superior em mais de 10 pontos percentuais em relação a todas as demais faixas de renda. Observa-se, no quadro 13 que 39,2% dos micro e pequenos empreendedores possuem renda familiar de mais de 6 salários mínimos, 20,3% possuem mais de 3 até 6 salários mínimos.

**Quadro 13 – Renda Familiar**

<b>Renda Familiar</b>	<b>%</b>
Até 1 salário mínimo	4,1%
Mais de 1 até 2 salários mínimos	18,9%
Mais de 2 até 3 salários mínimos	17,6%
Mais de 3 até 6 salários mínimos	20,3%
Mais de 6 salários mínimos	39,2%

Fonte: Dados da Pesquisa

No Brasil, as MPE's são um dos pilares de sustentação da economia, em razão de seu número, abrangência, capilaridade e capacidade de geração de emprego. As MPE's oferecem a absoluta maior parte dos empregos no país. De sua modernização e expansão dependem a curto prazo o surgimento de mais trabalho e emprego para a população. Nesta pesquisa, segundo quadro 14, nota-se que 84% dos participantes classificam-se como micro empresa tendo até 09 pessoas ocupadas; destaca-se ainda que 10,7% classificam-se como pequena empresa tendo de 10 a 49 pessoas ocupadas.

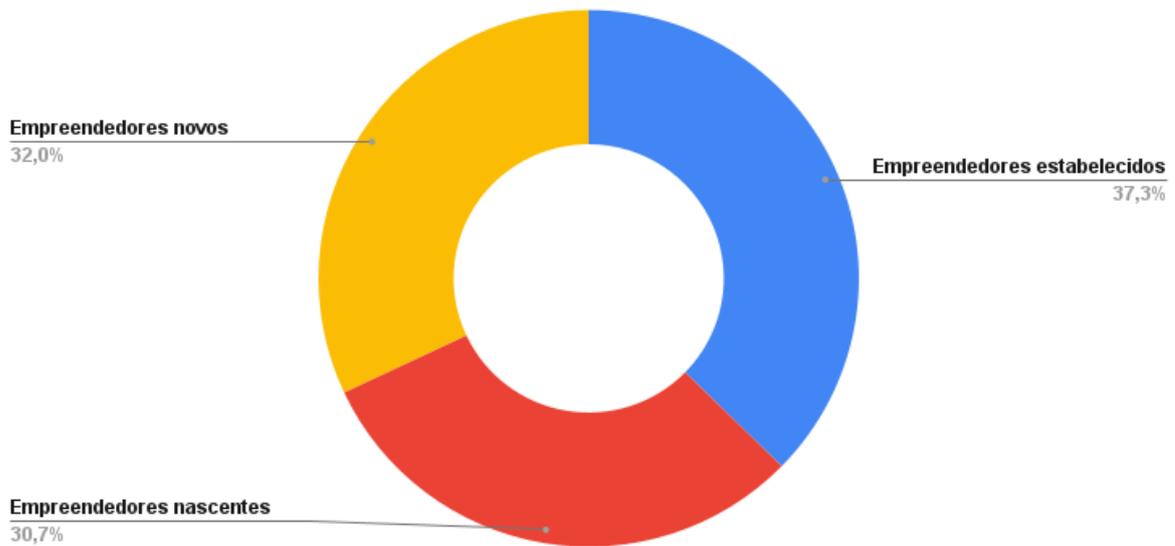
**Quadro 14– Quantidade de colaboradores/funcionários na organização/empresa.**

Porte	Atividade Econômica			
	<b>SERVIÇOS E COMÉRCIO</b>	<b>%</b>	<b>INDÚSTRIA</b>	<b>%</b>
<b>MICRO EMPRESA</b>	ATÉ 09 PESSOAS OCUPADAS	<b>84%</b>	ATÉ 19 PESSOAS OCUPADAS	<b>1,3%</b>
<b>PEQUENA EMPRESA</b>	DE 10 A 49 PESSOAS OCUPADAS	<b>10,7 %</b>	DE 20 A 99 PESSOAS OCUPADAS	<b>4%</b>

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2020)

Nota-se que 32% dos empreendedores de Teresina-PI possuem mais de 10 anos de atuação no mercado, destaca-se também que 32% possuem de 1 mês até 3 anos, 18,7% têm de 3 a 5 anos e 17,3% tem de 5 até 10 anos. É fundamental para a pesquisa a categorização desses empreendedores segundo o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Ou seja, empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos. Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos). Já os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses. (GEM 2019).

**Gráfico 16 - Estágio de vida dos empreendimentos**



Fonte: Dados da pesquisa

Segundo gráfico 16, nota-se que o percentual de empreendedorismo inicial (62,7%) foi elevado quando comparado ao percentual de empreendedorismo estabelecido (37,3%). Ressalta-se que 32% representam os empreendedores novos e 30,7% representam os empreendedores nascentes. Os dados deste estudo reforçam as informações do relatório GEM (2019) no qual a taxa de empreendedorismo inicial (23,3%) foi superior à taxa de empreendedorismo estabelecido (16,2%). O aumento significativo na taxa de empreendedores

iniciais se deve exclusivamente ao importante aumento na taxa empreendedores nascentes, de 6,4 pontos percentuais em relação a 2018. Explicações para tal crescimento podem ser buscadas no momento social e econômico do país, no qual se observa, por um lado, a retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro e, por outro, a redução nas taxas de desemprego, mantendo ainda muitas incertezas sobre as opções de ocupação e de obtenção de renda para a população.

### **6.5 Políticas Públicas para o Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI**

Para identificar estruturas das políticas públicas quando ao desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, foram analisadas três perguntas do questionário (18,19 e 20).

Na atualidade, as MPE's vêm recebendo um olhar especial do governo, para incentivar a abertura e a sua estabilidade no mercado. Mas os empreendedores das MPE's ainda enfrentam dificuldades para gerir com sucesso o seu negócio, devido à falta de capacidade em se adaptar a um mercado extremamente competitivo, pela falta de um planejamento bem realizado, bem como devido aos custos para manutenção de um empreendimento, falta de capital para investimento e por todos os outros fatores ligados ao mau gerenciamento do processo. (SANTOS *et al.*, 2021).

Quando perguntado: quais medidas deveriam ser tomadas pelo governo para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas, observa-se que 54,7 % assinalaram isenções fiscais sobre faturamento para estímulo à atividade empresarial. Conforme quadro 15.

**Quadro 15 - Medidas tomadas pelo governo para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas**

<b>MEDIDAS</b>	<b>%</b>
i. Realizar diagnósticos de forma a identificar os principais gargalos e impactos nas atividades produtivas;	24%
ii. Implantar políticas de demandas para setores específicos;	21,3%
<b>iii. Isenções fiscais sobre faturamento para estímulo à atividade empresarial;</b>	<b>54,7%</b>
iv. Criação de programa de financiamento de crédito com redução dos procedimentos burocráticos;	44%
v. Criação de zonas especiais de serviços e produção;	9,3%
vi. Provisão de melhorias da infraestrutura;	18,7%

vii. Estímulo à criação de consórcio de microempresas para atendimento de demandas públicas;	2,7%
viii. Pagamento de seguro social;	2,7%
ix. Empréstimo direto e simplificado proveniente de agências públicas;	16%
x. Isenções de taxas e parcelas de serviços públicos prestados;	26,7%
xi. Redução das exigências para pedidos de crédito;	24%
xii. Políticas estruturais de sustentação ao trabalho remoto;	2,7%
xiii. Prover benefícios análogos a micro empresários e desempregados;	10,7%
xiv. Subsídios para estimular o tele trabalho e a digitalização do negócio;	6,7%
xv. Fomentar o desenvolvimento de inovações tecnológicas.	26,7%

Fonte: Dados da pesquisa

Na visão de Schumpeter enquanto novos produtos e novos processos de produção estiverem sendo adotados pelo empresário inovador, com auxílio do crédito bancário, a economia estará em crescimento. Nota-se que 44% dos empreendedores destacaram a opção: criação de programa de financiamento de crédito com redução dos procedimentos burocráticos, este dado corrobora com Dornela (2014) que destaca programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas como exemplos de ações desenvolvidas para fomentar o empreendedorismo no país.

Destaca-se ainda com 26,7% as opções: isenções de taxas e parcelas de serviços públicos prestados; e fomentar o desenvolvimento de inovações tecnológicas. Este estudo reforça os dados da Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (PINTEC), publicada em relatório do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020): de um universo de 116.952 empresas brasileiras que realizaram P&D entre 2014-2017, apenas 39.329 implementaram inovações de produto e/ou processo. É um número muito baixo e explica, em boa medida, a crescente defasagem tecnológica entre empresas brasileiras e internacionais e o déficit comercial e o crescimento das importações.

Considerando os resultados das pesquisas citadas percebe-se que a taxa de inovação nas empresas brasileiras ainda é bastante tímida, reforçando um senso de urgência para que agentes públicos e instituições assimilem a necessidade em desenvolver políticas e instrumentos capazes de impulsionar a gestão da inovação, aliadas ao desenvolvimento de capacitações tecnológicas regionais e esforços ao preenchimento da lacuna existente entre insumos (instituições, recursos humanos, pesquisa, infraestrutura, acesso a mercado e empresarial) e produtos de inovação (MONCADA-PATERNOCASTELLO *et al.*, 2017; MULKAY, 2019).

Vale destacar o conceito de ecossistema empreendedor, entendido por Isenberg (2011) como um conjunto de variáveis influenciadoras do desenvolvimento das atividades empreendedoras, que são: políticas públicas e liderança, recursos financeiros, cultura, qualificação dos recursos humanos, mercados receptivos aos produtos, e variedade de suporte institucionais e de infraestrutura. Na mesma linha de raciocínio, a Endeavor Brasil (2017) propõe a análise do ambiente empreendedor, por meio de determinantes, resultando na adaptação dos determinantes propostos por Ahmad e Hoffman (2008): ambiente regulatório, P&D e tecnologia, capacidade empreendedora, cultura, acesso a finanças e condições de mercado. Observa-se, os seguintes fatores determinantes: ambiente regulatório, no qual inclui-se – tempo de processos, custo de impostos e complexidade; infraestrutura como transporte interurbano e condições urbanas; a determinante mercado é formada por desenvolvimento econômico e clientes potenciais. Outro determinante é o acesso a capital, como por exemplo, capital disponível via dívida e acesso a capital de risco; seguindo, destaca-se capital humano com acesso e qualidade de mão de obra básica e qualificada; e por último a cultura onde nota-se o potencial e a imagem do empreendedor.

Quando perguntado: quais medidas deveriam ser tomadas pelas micro e pequenas empresas para melhor enfrentar as adversidades impostas pelo mercado, destacam-se as opções: treinamento de colaboradores com 52%; replanejamento e investimento em infraestrutura com 48%; diversificação de canais de distribuição/vendas e buscar mercados alternativos 33,3%. Nota-se que a opção ‘treinamento de colaboradores’ faz parte da determinante ‘capital humano’; seguindo destaca-se replanejamento e investimento em infraestrutura representado pela determinante infraestrutura. A opção: diversificação de canais de distribuição/vendas é representado pelo determinante mercado. Ressalta-se que os dados citados, conforme quadro 16, fortalecem o conceito de ecossistema empreendedor entendido por Isenberg (2011), bem como ambiente empreendedor proposto Endeavor Brasil (2017) tendo como base as determinantes propostas por Ahmad e Hoffman (2008).

**Quadro 16- Medidas tomadas pelas micro e pequenas empresas para melhor enfrentar as adversidades impostas pelo mercado**

MEDIDAS	%
i. Formação de redes de cooperação;	29,3%
ii. Diversificação de canais de distribuição/vendas;	33,3%
iii. Criação de associações;	12%
iv. Capacitação sobre cuidados e retomada;	26,7%

v. Implantação de métodos e tecnologias inovadoras de proteção à saúde de colaboradores e clientes;	17,3%
<b>vi. Treinamento de colaboradores;</b>	<b>52%</b>
vii. Rodízio de trabalhadores;	2,7%
viii. Buscar suporte em plataformas de <i>crowdfunding</i> ;	9,3%
ix. Buscar auxílio com <i>fintechs</i> ;	5,3%
<b>x. Buscar mercados alternativos;</b>	<b>33,3%</b>
xi. Adotar teletrabalho;	8%
xii. Realizar esforços de digitalização;	8%
<b>xiii. Replanejamento e investimento em infraestrutura;</b>	<b>48%</b>

Fonte: Dados da pesquisa

Apesar das dificuldades, Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Há alguns anos, diversos órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de amparo a pesquisa e outros tipos de programas sobre empreendedorismo. Em outros países, especialmente Estados Unidos e França, essas iniciativas são mais antigas. Na internet, por exemplo, há inúmeros sites que orientam o empreendedor e oferecem informações sobre novos negócios, bem como cursos sobre como iniciar e conduzir um novo negócio. (MAXIMIANO, 2011).

Quando perguntado: quais medidas deveriam ser tomadas pelo SEBRAE, Bancos e outros órgãos de apoio para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas, destacam-se: ampliar a prestação de serviço de consultoria e serviço tecnológico com 49,3%, em seguida a opção formação profissional em competências especializadas com 38,4%; evidencia-se a opção: estimular a criação de linhas de crédito especiais com 35,6% conforme quadro 17. Deve-se destacar o papel desempenhado pelo SEBRAE, entidade privada e sem fins lucrativos, cuja missão principal reside na criação, apoio, desenvolvimento e promoção de micro e pequenas empresas em território brasileiro. Com 700 postos de atendimento e cerca de 5000 colaboradores diretos, alocados em todos os estados do Brasil, a agência presta serviços de consultoria a empreendedores, presentes e futuros, nas mais variadas áreas do mundo empresarial, desde as finanças, a gestão, o marketing, os recursos humanos, a produção, o direito, a qualidade, a tecnologia da informação, o comércio internacional, entre outros. (FERNANDES, 2019).

**Quadro 17- Medidas de apoio para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas tomadas pelo SEBRAE, Bancos e outros órgão de apoio.**

<b>MEDIDAS</b>	<b>%</b>
<b>i. Formação profissional em competências especializadas;</b>	<b>38,4%</b>
<b>ii. Ampliar a prestação de serviço de consultoria e serviço tecnológico;</b>	<b>49,3%</b>
iii. Conduzir diagnósticos setoriais;	20,5%
iv. Estimular a criação de incubadoras;	12,3%
v. Criação de observatório das atividades de micro e pequenos empresários;	27,4%
vi. Prover acesso à base de conhecimentos;	27,4%
vii. Criação de Market place para sustentação de demanda;	23,3%
viii. Suporte à abertura de novos mercados e diversificação;	24,7%
ix. Criação de plataforma de crowd funding para estímulo à antecipação de vendas;	8,2%
x. Estimular e suportar o tele trabalho e a digitalização do negócio;	5,5%
xi. Auxiliar as adequações de infraestrutura;	30,1%
<b>xii. Estimular a criação de linhas de crédito especiais;</b>	<b>35,6%</b>
xiii. Auxílio ao planejamento e realização de compras coletivas;	21,9%
xiv. Criação de campanhas de incentivo à demanda.	17,8%

Fonte: Dados da pesquisa

Contudo nota-se que as micro e pequenos empreendedores de Teresina destacam a prestação de serviço de consultoria e serviço tecnológico como uma das principais medidas para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas. Para estimular as MPE's, o governo federal tem desenvolvido algumas políticas públicas de incentivos, como por exemplo, os programas de incentivos a inovação da FINEP, do BNDES e de outras agências de fomento a nível estadual. Entretanto, o principal incentivador dessas empresas, atualmente, tem sido o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, que tem apoiado com a oferta de cursos, treinamentos, palestras, promoção de feiras de negócios e consultoria.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo, de caráter descritivo e exploratório, pretendeu identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/ inovação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte. Tendo como objetivos específicos delinear as principais características dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/ inovação ou necessidade; verificar a estrutura das Micro e Pequenas Empresas no contexto da geração de emprego e renda em Teresina-PI; identificar estruturas das políticas públicas quando ao desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI. Todos os objetivos que este estudo se propôs foram atendidos.

A amostra desta pesquisa foi constituída de 75 micro e pequenos empreendedores, conclui-se que 60% dos empreendedores são naturais de Teresina – PI. Capital do Piauí, Teresina fica localizada no Centro-Norte do Estado. Destaca-se, ainda segundo o índice de cidades empreendedoras de 2020, realizado pelo Instituto Empreender ENDEAVOR mostra Teresina com pontuação 5,257, ocupando a 2ª no Nordeste. A maioria dos empreendedores é do sexo masculino, com 54,7%. Quanto à faixa etária prevaleceu a dos de 25 e 54 anos com 86,7%, o que corrobora com os dados GEM (2019), no qual cerca de 73% dos empreendedores em ambos os estágios possuíam entre 25 e 54 anos.

Os empreendedores em sua maioria (57,3%) são casados ou estão numa união estável. Em pesquisas anteriormente apresentadas, segundo o relato dos empreendedores entrevistados, o cônjuge exerceu papel importante em suas carreiras, fator que poderá ser aprofundado em estudos futuros. Outro fator a ser destacado é o nível de escolaridade dos empreendedores, em que 92% são graduados ou pós-graduados.

Atualmente já se reconhece a importância das pequenas empresas como atores centrais no desenvolvimento econômico e sustentável das nações, como responsáveis pela maioria da criação de novos empregos e contribuindo para o desenvolvimento estrutural dos locais onde se instalam, sendo também incentivo ao empreendedorismo. Nota-se que as zonas Centro/Norte e Sul que juntas correspondem a 61,4% dos empreendimentos de Teresina, com forte potencial para desenvolvimento local.

As características pessoais que obtiveram maior destaque foram vontade/motivação, determinação e coragem/ousadia. Observa-se que as características pessoais divergem entre as

pesquisas, porém algumas são bastante destacadas nos estudos sobre empreendedorismo, por exemplo: assumir riscos e busca pela inovação. Entre os empreendedores de Teresina-PI, a característica de assumir riscos obteve 18,3%. Quanto à característica busca pela inovação, entre os empreendedores pesquisados apenas 20% indicaram esse item, apresentando um resultado semelhante ao divulgado pelo GEM (2009) em que o Brasil obteve a menor taxa de empreendimentos com algum conteúdo inovador, entre todos os países pesquisados.

O ramo de atividade que prevalece entre os empreendedores pesquisados de Teresina é o de serviços o que se confirmam com o relatório GEM (2009) e dados do IBGE (2021). Observa-se uma grande diversidade de produtos/serviços comercializados pelos empreendedores, os que mais se destacaram foram: Serviços de Contabilidade e Consultoria, projeto de arquitetura, urbanismo e construção e Construção Civil.

O desenvolvimento econômico local é foco de estudo e uma preocupação das políticas públicas, sobretudo quando ele está associado ao empreendedorismo dos pequenos negócios nos municípios. Isso se dá porque tantos países emergentes ou subdesenvolvidos, devido às limitações de seus mercados, como municípios com menor poder de renda ou bairros mais pobres dos países desenvolvidos costumam se beneficiar com a criação desses negócios. Conclui-se que, segundo mercado de atuação, Teresina-PI e outros estados como os mais relevantes para os empreendedores. Os dados apresentados fortalecem o relatório GEM (2019), no qual mostra que o empreendedorismo no Brasil é um fenômeno tipicamente voltado para o mercado interno.

Quanto ao motivo a querer abrir seu próprio negócio, destacam-se: item realização profissional, desejo de trabalhar por conta própria, desejo de independência. Segundo GEM (2011), os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho, nota-se que apenas 5,3% dos empreendedores de micro e pequenas empresas de Teresina PI declararam que o motivo para abrir seu próprio negócio foi por oportunidade de trabalho/desemprego. Conforme GEM (2011), empreendedores por oportunidade formam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir. Destaca-se que 34,7% dos empreendedores de Teresina indicaram o item: viu uma oportunidade no mercado. Conclui-se que entre os micro e pequenos empreendedores de Teresina prevalece o empreendedorismo por oportunidade.

Já quanto à sua motivação para empreender, observa-se que os empreendedores indicaram a opção: para ganhar a vida porque os empregos são escassos, corroborando com a pesquisa da GEM (2019). Essa categoria ressalta que o empreendedorismo pode ser resultado

da falta de opção, ou seja, de uma outra forma de trabalho. Portanto em momentos de crises ele se torna mais eminente. Pressionadas pelas necessidades, as pessoas buscam novas formas de suprirem as suas necessidades e conseqüentemente encontram outras oportunidades.

A contribuição das MPE's para a economia, em resumo representa: emprego e renda familiar. Assim, destaca-se que os micro e pequenos empreendedores possuem renda familiar de mais de 6 salários mínimos (39,2%) ou possuem mais de 3 até 6 salários mínimos (20,3%). Nota-se que maioria (84%) dos participantes se classifica como micro empresa tendo até 09 pessoas ocupadas. Ressalta-se que em sua maioria (94,7%) dos empreendedores de Teresina-PI, segundo atividade econômica concentram-se em serviço e comércio. Aponta-se que 32% possuem mais de 10 anos de atuação no mercado, contudo nota-se que o percentual de empreendedorismo inicial (62,7%) foi elevado quando comparada à percentual de empreendedorismo estabelecido (37,3%).

Entre as medidas tomadas pelo governo para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas, destacaram-se: isenções fiscais sobre faturamento para estímulo à atividade empresarial; criação de programa de financiamento de crédito com redução dos procedimentos burocráticos; isenções de taxas e parcelas de serviços públicos prestados e fomentar o desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Entre as medidas tomadas pelas micro e pequenas empresas para melhor enfrentar as adversidades impostas pelo mercado, destacaram-se que as opções treinamento de colaboradores; replanejamento e investimento em infraestrutura; diversificação de canais de distribuição/vendas e buscar mercados alternativos.

Entre as medidas tomadas pelo SEBRAE, Bancos e outros órgãos de apoio para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas, destacam-se ampliar a prestação de serviço de consultoria e serviço tecnológico, em seguida a opção formação profissional em competências especializadas e estimular a criação de linhas de crédito especiais.

Conclui-se, assim, a importância contínua de estimular, incentivar e dar suporte às MPE's, o que não são tarefas fáceis, exigindo articulação em diferentes âmbitos e níveis. Mais do que uma estratégia de apenas crescimento econômico, o desenvolvimento de políticas de apoio às micro e pequenas empresas têm uma finalidade socioeconômica complexa, de gerar trabalho, renda e distribuir riquezas. Para isso, é necessário desenvolver um complexo aparato institucional, capaz de articular legislações específicas, financiamentos, tecnologias, infraestrutura, suporte técnico e capacitações.

Pensar no apoio às micro e pequenas empresas significa pensar em ações estratégicas no nível macro, pensando e modelando o mercado e outras instituições econômicas (baseadas

em outros princípios econômicos para além da troca), passando pelo suporte aos diferentes setores, empresas e chegando até aquele indivíduo que, seja por necessidade ou por oportunidade, vá empreender. O apoio às MPE's demanda um complexo de instituições e ações interconectadas que vão muito além do fazer individual do empreendedor perseverante.

As últimas décadas do século XX assistiram a um aumento de interesse acerca do empreendedorismo pelos diversos campos de estudo. É importante mencionar que a relação entre empreendedorismo e pequenas empresas no Brasil carece de estudos recorrentes, pois o arcabouço legal que dirime este contexto tem passado por mudanças importantes. Essas mudanças, inclusive, ocorrem devido às altas taxas de empreendedores por necessidade no país, em que sua maioria não são formalizadas. Como sugestões de pesquisas futuras, tem-se estender este estudo para outros municípios do Piauí, permitindo comparações entre as características e os fatores motivadores para empreender.

## REFERENCIAS

- ABUBAKAR, Y. A.; & MITRA, J. Innovation performance in European regions: comparing manufacturing and services ICT subsectors. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 11(2), p. 156-177, 2009.
- ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. **Monografia no Curso de Administração: guia completo de conteúdo e forma.** São Paulo: Atlas, 2004.
- ACS, Z. **How is entrepreneurship good for economic growth? Innovations.** The MIT Press Journals v2006. Tradução: Mireille Dias Gondim; Maycon Peter da Rosa; Márcio Marvila Pimenta, 2017.
- AHMAD, N.; HOFFMAN, A. A framework for addressing and measuring entrepreneurship. 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/243160627270>>. Acesso em: 10 dez. 2020.
- AHMED, T.; CHANDRAN, V. G. R.; KLOBAS, J. E.; LIÑÁN, F.; KOKKALIS, P. Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. **The International Journal of Management Education**, 18(1), p. 100327, 2020.
- ALDRICH, H. "Entrepreneurship". In SMELSER, Neil and SWEDBERG, Richard. *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press: Princeton, 2005.
- ALMEIDA, F. M.; SEDIYAMA, G. A. S.; SANTIAGO, F. A. A Contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos Estados Brasileiros. **In: Anais do XIII Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos (ENABER)**, 2015, ABER, Curitiba-PR, 2015.
- ALMEIDA, L. R. S. de; GONÇALVES, V. R. de O. **O mundo mudou... Justo na minha vez?** Recife: Conhecimento Impresso, 2016.
- ALVES-JESUS, S. M. IAPMEI. In J. Jardim & J. E. Franco (Eds.), *Empreendipédia - Dicionário de Educação para o Empreendedorismo*. Gradiva, p. 393–394, 2019.
- ALVIM, P. C. R. C. **O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas.** *Ciência de Informação*, v. 27, n. 1, 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/kTDYPhWWhd9Yf7mXyCDgkVz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 de maio 2021.
- AMARAL F., J. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **IPEA**, 2001. Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/78/89>>. Acesso em: 14 de dez de 2020.
- ANGELO, E. B. **Empreendedor Corporativo: A Nova Postura de Quem Faz a Diferença.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ARAÚJO, N. C. **Análise do uso efetivo da informação por empresários de microempresas alimentícias do estado de Minas Gerais**. 2005. 127 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

ARRIGHI, Giovanni. **O longo século XX**. 5º Ed. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Unesp, 1996.

BABBIE, E. R. **The Practice of Social Research**. USA: Wadsworth, 2006.

BARRETO, A. R. **Informação empresarial para o Mercosul: a expansão das fronteiras das microempresas**. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n. 1, p. 144-149, jan. - abr. 1996.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. D. A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, out. - dez. 2008.

BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. **O Empreendedorismo como Estratégia Emergente de Gestão: histórias de sucesso**. *O&S*, v. 12, n. 33, p. 10-40, abr-jun, 2005.

BATEMAN, M. **Neo-liberalism, SME development and the role of Business Support Centres in the transition economies of Central and Eastern Europe**. *Small Business Economics*, 14(4), p. 275-298, 2000.

BAUMOL, W. J. Analysis of Capitalism's Unparalleled. SHESHINSKI, E.; STROM, R. J.; BAUMOL, W. J. (Ed.) **Entrepreneurship, Innovation, and The Growth Mechanism of the Free-Enterprise Economies**. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2007.

BERÁCS, J. **Emerging entrepreneurial universities in university reforms: The moderating role of personalities and the social/economic environment**. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 4(2), p. 9–26, 2014.

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

BITTAR, A. V.; SERIO, L. C.; VASCONCELLOS, M. A. Micro e Pequenas Empresas Inovadoras: Evidências em Empresas Paulistanas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 7, n. 3, p. 1-32, 2018.

BRASIL. Decreto Lei nº9.317, de 05 de dezembro de 1996. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES) e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, p.25973/7, 06 de dezembro de 1996.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF: Presidência da República, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm). Acesso em: 28 mai. 2018.

BULGACOV, S; VICENZI, S. E. **Fatores Motivadores do Empreendedorismo e as Decisões Estratégicas de Pequenas Empresas**. 2012. Disponível em: [https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/bulgacov\\_fatores\\_motivadores\\_do\\_empreendedorismo\\_e\\_as\\_decisoesestrategicas\\_de\\_pequenas\\_empresas\\_0.pdf](https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/bulgacov_fatores_motivadores_do_empreendedorismo_e_as_decisoesestrategicas_de_pequenas_empresas_0.pdf). Acesso em: 10 jun. 2021.

CAMPELLI, M. G. R.; FILHO, N. C.; BARBEJAT, M. E. R. P.; MORITZ, G. O. Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 29, p. 112-132, jan. – abr. 2011.

CANEVER, M.D.; CARRARO, A.; KOHLS, V.K.; TELES, M.Y.O. Entrepreneurship in the Rio Grande do Sul, Brazil: the determinants and consequences for the municipal development. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 48(1), p. 85-108, 2010.

CARVALHO, T. A origem do sistema capitalista. **Politize**. Disponível em: <https://www.politize.com.br/sistema-capitalista-origem/> Acesso em: 11 de janeiro de 2021

CARVALHO, Y. A. **Gerenciamento de projetos de produtos nas micro e pequenas empresas sustentáveis**. São Paulo: UNINOVE, 2020.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. **O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas**. In: LASTRES, H. M. M. (Org.); CASSIOLATO, J. E. (Org.); MACIEL, M. L. (Org.). *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

CATANA, A.; DELCEA, L.. **Entrepreneurship's Contribution to the Local Economic Development of Romania's North-West Development Region through trade**. In **Proceedings of the 7th European Conference on Innovation and Entrepreneurship**: ECIE. Academic Conferences Limited. p. 79, 2012.

CERIBELI, H. B.; MERLO, E. M.; MORAIS, F. S. Análise do processo de profissionalização da gestão de empresas familiares atuantes no varejo. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 9, n. 2, p. 233-250, 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asa ao espírito empreendedor**. 4ª Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

COLBARI, A. **Trabalho, auto-emprego e pequeno negócio**: reconfigurando as estratégias de capacitação profissional e de desenvolvimento local. XXX Encontro Anual da Anpocs, 2006.

COLBARI, A; **Cultura da inovação e racionalidade econômica no universo do pequeno empreendimento**. INTERAÇÕES, Campo Grande, v. 15, n. 2, p. 237-247, jul.- dez. 2014.

Conjuntura Econômica 3º Trimestre 2020. **Superintendência CEPRO/SEPLAN**, 2020. Disponível em: [http://www.cepro.pi.gov.br/download/202102/CEPRO01\\_e880e4433c.pdf](http://www.cepro.pi.gov.br/download/202102/CEPRO01_e880e4433c.pdf) Acesso em: 21 out. 2021.

COSTA FILHO, S. **As Medidas de Política Econômica do início de Segundo Mandato de Dilma Rousseff**. **Informe Econômico (UFPI)**, v. 17, p. 6-18, 2015.

COSTA, A. M. da.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197, mar. -abr. 2011.

COSTA, M. A.S.; OLAVE, M. E. L. Inovação em Micro e Pequenas Empresas: Uma Visão dos Agentes Locais de Inovação do Sebrae em Aracaju – SE. In: **Anais do VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**. Goiânia, 2014.

COSTIGAN, R. D.; INSIGA, R. C.; BERMAN, J. J.; ILTER, S. S.; KRANAS, G.; KURESHOV, V. A. **The Effect of Employer Trust of de Supervisor on Enterprising Behavior**: a cross-cultural comparison. *Journal of Business and Psychology*, v. 21, n. 2, 2006.

COUTINHO, R; ARAÚJO, S. **Medidas Emergenciais para Enfrentamento da Pandemia**: Ainda há tempo para as micro e pequenas empresas. *BAHIA*. p. 28-30 EAUFBFA. 2021.

CRARY, M.; WALLACE, J. **Accelerators and High-Tech Campuses – The Case of Silicon Valley**. p. 15, 2018.

CRESPAM, C. C.; FONSECA, J. L.; GROHMANN, M. Z. **Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor**: um Estudo do Modelo de Motivações Empreendedoras. IV Encontro de Estudos em Estratégia, Recife, PE, 21 a 23 de junho, 2009.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2º Ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

Critérios de classificação de empresas - ME – EPP. **SEBRAE**, 2007. Disponível em: <<http://www.sebraesc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

CRUZ JR., J. B.; ARAÚJO, P. C.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v. 8, n. 15, p. 1-22, jan. - jun. 2006.

CUBILLO, J. **La inteligencia empresarial en las pequeñas y medianas empresas competitivas de América Latina** : algunas reflexiones. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 26, n. 3, p. 260-267, set.-dez. 1997.

DEVINE, Pat. “The Institutional Context of Entrepreneurial Activity”. In DEVINE, Pat e FIKRET, Adanan, Fikret. *Economy and Society — Money, capitalism and transition*. London: Black Rose Books, 2002.

DIAS, T. R. F. V; SOUZA, N; SILVESTRE, P; e BOAS, A. A. V. **Características Comportamentais Empreendedoras Relevantes**: Estudo de Caso dos Ganhadores do Prêmio TOP Empresarial 2007. VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas Recife/PE 14 a 16 de Abril de 2010.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 2003.

DUTRA, I; GUAGLIARDI, J. A; HERNANDES, J. P. A micro e pequena empresa industrial: diferenças e similaridades de marketing entre os setores metalúrgico, moveleiro, alimentício e de vestuário. **Revista de Administração de Empresas**, p. 29-44, abr.-jun. 1986.

DVOULETÝ, O. **Determinants of Nordic entrepreneurship**. Journal of Small Business and Enterprise Development, 24(1), p. 12–33, 2017.

Economia de mercado. **Guia Estudo**. Disponível em: <<https://www.guiaestudo.com.br/economia-de-mercado> >. Acesso em 24 de setembro de 2020.

Empreendedorismo no Brasil (2015). **GEM - Global Entrepreneurship Monitor**, 2015. Disponível em:[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 19 de mar. 2021.

Empreendedorismo no Brasil (2016). **GEM - Global Entrepreneurship Monitor**, 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20%20web.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2021.

Empreendedorismo no Brasil (2018). **GEM - Global Entrepreneurship Monitor**, 2018. Disponível em: [https://atendimento.sebrae-sc.com.br/wpcontent/uploads/2019/05/1551466386GEM\\_2018.pdf](https://atendimento.sebrae-sc.com.br/wpcontent/uploads/2019/05/1551466386GEM_2018.pdf). Acesso em: 15 abr. 2021.

Empreendedorismo no Brasil (2019). **GEM - Global Entrepreneurship Monitor**, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2021.

Empregos crescem 39% nas micro e pequenas empresas do Piauí. **Piauí de Negócios**, 2020. Disponível em: <https://www.pinegocios.com.br/noticia/603-Empregos-crescem-39--nas-micro-e-pequenas-empresas-do-Piaui>. Acesso em: 30 set. 2021

Teresina 2000 -2010. **Prefeitura Municipal de Planejamento e Coordenação**. 2010. Disponível em: <http://agenda2030.pmt.pi.gov.br/> Acesso em: 20 dez.2021.

ESTER, P. Accelerators in Silicon Valley: Building Successful Startups. Amsterdam University Press, 2017.

ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. **The triple helix: University-industry-government innovation and entrepreneurship.** In *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation and Entrepreneurship*. 2017.

European Commission. *Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning.* In Commission of the European Communities. 2006.

FARIA, J. A.; AZEVEDO, T. C.; OLIVEIRA, M. S. A utilização da contabilidade como ferramenta de apoio à gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comércio de material de construção de Feira de Santana/BA. **Revista da Micro e Pequena Empresa**. Campo Limpo Paulista. v.6, n.2, p.89-106, mai. – agot. 2012.

FERNANDES, N. SEBRAE. In J. Jardim & J. E. Franco (Eds.), *Empreendipédia - Dicionário de Educação para o Empreendedorismo*. Gradiva, pp. 691–693, 2019.

FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Produção científica em empreendedorismo no brasil: uma revisão de literatura de 2004 a 2020. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 21, p. 371-393, jan. - dez. 2020.

FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. R. **Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa**. Edições Sílabo. 2008.

FIGUEIREDO, N. M. A. D. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3ª.Ed. São Caetano do Sul: Yendis. 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 7, n. 3, jul. - set. 2008.

FILION, L.J. **O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores**. 2000. Disponível em: <<http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf>>. Acesso em :17 jan. 2021.

FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M.; MACHADO, H. V. M. Empreendedorismo e Inovação: análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do gem de 2006, 2007 e 2008. **Revista de Administração UFSM**, Santa Maria, v. 3, n. 3, p. 411-423, set. - dez. 2010.

FREITAS, C.; KITSON, M. Perceptions of entrepreneurial ecosystems in remote islands and core regions. **Island Studies Journal**, 13(1), p. 267–284, 2018.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 4, n. 2, jul. - dez. 2005.

GRANOVETTER, M. **Small is Bountiful: Labor Markets and Establishment**. *American Sociological Review*, Washington, DC, v. 49, n. 3, p. 323-334, jun. 1984.

GRASSI, R. A. **Concorrência schumpeteriana e capacitações dinâmicas**: explicitando elos teóricos. Texto preparado para o VII encontro nacional da Sociedade de Economia Política – Curitiba, 2002.

GRAZIADIO, T. **Tecnologia e Dimensões Competitivas em PME's de Autopeças** – O caso CENFER, 20., ENANPAD, Angra dos Reis – Rio de Janeiro: 1996.

GUEDES, S. A. **A carreira do Empreendedor**. 2009. 160 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2009.

GUIMARÃES, L. D. E. O. **A Experiência Universitária Norte-Americana na Formação de Empreendedores** - Contribuições das Universidades de Saint Louis , Indiana e Babson College. Fundação Getúlio Vargas de São Paulo - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. 2002.

HALLAK, J.; RAMOS, R.O. A economia não observada no Brasil: um estudo baseado na metodologia do sistema de contas nacionais. **Revista de Economia Contemporânea**, 18(1), p. 31-55, 2014.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A: tradução: Francisco Araújo da Costa. **Empreendedorismo**. – 9ª Ed. – Porto Alegre: AMGH, 2014.

HOUSTON, D.; REUSCHKE, D. **City economies and microbusiness growth**. Urban Studies, 54(14), p. 3199-3217, 2017.

HUGGINS, R.; THOMPSON, P. **Entrepreneurship, innovation and regional growth: a network theory**. Small Business Economics, 41(2015), 103–128, 2015.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil**, 2001.

Índice de Cidades Empreendedoras Brasil (2017). **Endeavor Brasil**, 2017. Disponível em <<https://info.endeavor.org.br/ice2017>>. Acesso em: 03 dez. 2020.

ISENBERG, D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Babson Park, MA, USA: Babson College. 2011 Disponível em: <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf> Acesso em: 03 dez. 2020.

JARDIM, J. Regiões empreendedoras: descrição e avaliação dos contextos, determinantes e políticas favoráveis à sua evolução. **Revista de Divulgação Científica AICA**. 2020.

JARDIM, J.; SILVA, H. Estratégias de educação para o empreendedorismo. In J. Jardim & J. E. Franco (Eds.), Empreendipédia - Dicionário de Educação para o Empreendedorismo. Gradiva. p. 338–342, 2019.

JOHANSEN, V. **Entrepreneurship Education and Academic Performance**. Scandinavian Journal of Educational Research, 58(3), p. 300–314, 2014.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. **Empreendedorismo Feminino: Tecendo a Trama de Demandas Conflitantes**. Psicologia & Sociedade, Porto Alegre, RS, v. 19, n. 1, p. 77-84, jan.-abr. 2007.

JORGE, F.T.; MOREIRA, J.O.C. **Economia**. São Paulo, Atlas, 1995.

Jucepi registra a abertura de 4.094 empresas no primeiro semestre de 2021. **Jucepi**, 2021. Disponível em: <http://www.jucepi.pi.gov.br/noticia.php?id=602>. Acesso em: 30 gos. 2021.

KELLEY, T. **The Ten Faces of Innovation, IDEO's strategies for beating the devil's advocate & driving creativity throughout your organization**. 1 st Edition. New York: Doubleday, 2005.

KNUDSON, W.; WYSOCKI, A.; CHAMPAGNE, J.; PETERSON, H.C. **Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food System**. American Journal of Agricultural Economics, v. 86, n. 5, p. 1330 -1336, 2004.

LEE, S., PARK, G., YOON, B., & PARK, J. *Open innovation in SMEs: an intermediated network model*. **Research Policy**. 2010.

LEITÃO, S. P. S. M. **Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Europeias**. 2006. 110 f. Dissertação (Mestrado em Gestão da Ciência, Tecnologia e Inovação) - Universidade de Aveiro, Portugal, 2006.

LIMA, J. F.; SILVA, G. Desafios para Inovar na Micro e Pequena Empresa. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 13, n. 2, p. 85-97, 2019.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. Trad. Maria Lúcia G.L. Rosa e Sidney Stancatti; Revisão técnica Roberto Luís Margatho Glingani. São Paulo: Makron Books, 1997.

LOPES, F. Legislação: redução da burocracia facilita abertura e encerramento de empresas. **Fecomerciosp**, 2015. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/reducao-da-burocracia-facilita-abertura-e-encerramento-de-empresas>. Acesso em: 17 de jan. 2021.

LUCAS, R. E. On the mechanics of economic development. **Journal of Monetary Economics**, 22(1), p. 3-42, 1988.

MACEDO, A. M; POREM, M. E; ANDRELO, R. **Comunicação organizacional e inovação em micro e pequena empresa: um estudo sobre a aplicação do “Radar da Inovação”**. Comunicação e Sociedade, vol. 26, p. 109 – 135, 2014.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVER, M.C.M. **O processo de Criação de Empresas por Mulheres**. Rae-eletrônica, v.2, n.2, p. 20-30, jul-dez. 2003.

Mais de 5 mil empresas foram abertas no Piauí em 2020. **Piauí de Negócios**, 2020.

Disponível em: <https://www.pinegocios.com.br/noticia/463-Mais-de-5-mil-empresas-foram-abertas-no-Piaui-em-2020--comercio-lidera-ranking>. Acesso em: 25 set. 2021.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTES, A. C.B. Weber e Schumpeter. A ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, nº 2 (118), p. 254-270, abr.-jun. 2010.

MARTINELLI, Alberto. “**Entrepreneurship and Management**”. In SMELSER, Neil and SWEDBERG, Richard (editors). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press.1994.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para Empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2ª Ed. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELO, N. M. **SEBRAE e empreendedorismo: origem e desenvolvimento**. 139 f., 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Carlos. São Carlos/SP, 2008.

MIAO, Q.; LIU, L.A *Psychological Model of Entrepreneurial Decision Making*. Social Behavior and Personality, v. 38, n. 3, p. 357-363, 2010.

MIRANDA, D.; FERNANDES, J.; MOREIRA, A. (2016). Manual do Empreendedor. **SEBRAE**, 2016. Disponível em: <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo/Documentos/Financiamento/ManualdoEmpreendedor.aspx>. Acesso em: 20 set. 2021.

MONCADA-PATERNOC-CASTELLO, P.; GRASSANO, N; VEZZANI, A. **Innovation and industrial dynamics: challenges for the next decade** (No. JRC107903). Eur.Commission - Joint Res. Centre (Seville site), 201. 2017.

MOORE, J. F. **Predators and Prey: A new ecology of competition**. Harvard Business Review. 1993. Disponível em: <https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition> Acesso em: 03 dez. 2020.

MOSCARINI, G.; POSTEL-VINAY, F. **The contribution of large and small employers to job creation in times of high and low unemployment**. American Economic Review, 102(6), p. 2509-39, 2012.

MULKAY, B. **How does competition affect innovation?** Struct. Chang. Econ.Dyn., this issue, 2019.

NIEMEYER, B. **The education entrepreneur – experiencing European funding policy**. European Educational Research Journal, 17(6), p. 825–836, 2018.

NOGAMI, V.K.C.; MEDEIROS, J.; FAIA, V.S. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.3, p. 31-76, 2014

Número de empresas e outras organizações atuantes. **IBGE**, 2021 Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/teresina/pesquisa/19/29763> tipo=ranking&indicador=29762. Acesso em: 30 ago. 2021

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. O. L.; MUYLDER, C. F. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo**, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan. - abr. 2016.

PAULA, A. L. M.; ALMEIDA, N. B.; SILVA, R. B.; PORTULHAK, H.; PAULA, A. J. Desenvolvimento de um 'Balanced Scorecard' para uma Empresa Comercial de Pequeno Porte. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 14, n. 1, p. 26-42, 2020.

PENA, R. F. A. "Economia de Mercado"; **Brasil Escola**, 2020a. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/economia-mercado.htm>. Acesso em: 30 out. 2020.

PENA, R. F. A. "O que é Capitalismo?"; **Brasil Escola**, 2020b. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-e-capitalismo.htm>. Acesso em: 08 jan. 2021.

PEQUENAS EMPRESAS E GRANDES NEGÓCIOS. Pequenos negócios já representam 30% do Produto Interno Bruto do país: Estudo elaborado pelo Sebrae e FGV confirma a crescente relevância das micro e pequenas empresas na economia. **Revista PEGN**, 2020.

Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica – PINTEC. **IBGE**, 2020. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101706\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101706_informativo.pdf) Acesso em: 31 mai. 2020.

PINHEIRO, R. G.; SANTOS, I. C.; MAIA, C.; FERNANDES, B. A. O. F. **A produção científica sobre inovação**: análise da base SciELO no período de 2005 a 2012. Estudos Tecnológicos em Engenharia, v. 10, n. 1, p. 36-48, jan. - jun. 2014.

PLANO PLURIANUAL 2018-2021. **Secretaria Municipal de Planejamento e Coordenação Secretaria Executiva de Orçamento e Gestão Coordenação Geral do Orçamento (SEMPPLAN)** Disponível em: <https://semplan.teresina.pi.gov.br/wp-content/uploads/sites/39/2018/06/PPA-2018-2021.pdf> Acesso em: 29 set. 2021.

POLIATYKINA, L.; SAMOSHKINA, I. **Priority áreas of the small business activation**. Baltic Journal of Economic Studies, 4(3), p. 228-234, 2018.

Por um Brasil bem mais simples. **Serpro**, 2015. Disponível em: <http://intra.serpro.gov.br/tema/noticias-tema/por-um-brasil-bem-mais-simples>. Acesso em: 17 jan. 2021.

RAMOS, H. C; CARVALHO, F; CUNHA, M. B. **Avaliação do uso do Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas**: um serviço de informação destinada à microempresa brasileira. Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 3, p. 255-269, set-dez. 2006.

REIS, W. C. **Criação de valor simbólico no artesanato Quilombola de Moju, no Pará**: um estudo no campo do empreendedorismo cultural sob a ótica da Teoria da Recepção de Stuart Hall. 2016. 188 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2016

RINGARP, J. **From “Bildung” to Entrepreneurship**: Trends in Education Policy in Sweden. Policy Futures in Education, 11(4), p. 456–464, 2013.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágios e de Pesquisa em Administração**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUDENKO, L.; ZAITSEVA, N.; LARIONOVA, A. CHUDNOVSKIY, A., & VINOGRADOVA, M. Socio-Economic role of service-Sector small business in sustainable development of the Russian economy. **European Research Studies**, 18(3), p. 223, 2015.

SABEL, F. “L’apprentissage par le suivi et les dilemmes de la politique économique régionale en Europe”. In: OCDE. Réseaux d’entreprises et Développement Local (ou Network et de Développement) Paris: Ed. Organisation de Coopération et de Développement Economique, 1996.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao Empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, D.L.A; SANTOS, D. F.; JÚNIOR, J. R.S; FERREIRA, L.M.M; MIRANDA, A.A. **Informação empresarial para o processo gerencial Aplicado as micro e pequenas empresas de São Luís**: casa do empreendedor – SEBRAE. Brazilian Journal of Development, Curitiba, v.7, n.3, p. 32796-32814, mar, 2021.

SANTOS, P. M. de. **Incubação de negócios em Pernambuco**: o caso da INCUBATEC Rural. 2014. 106 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2014.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e Inovação**. Escolar Editora. 2014.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.13, n. 3, art. 6, p. 450-467, jul. – ago, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**, São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SEBRAE. Pequenos negócios em números. **Sebrae**, 2018.

Secretaria Municipal de Planejamento e Coordenação Secretaria Executiva de Orçamento e Gestão Coordenação Geral do Orçamento (SEMPLAN). PLANO PLURIANUAL 2018-2021. **Prefeitura Municipal de Teresina**, 2021. Disponível em: <https://semplan.teresina.pi.gov.br/wp-content/uploads/sites/39/2018/06/PPA-2018-2021.pdf> Acesso em: 29 set. 2021.

SILVA, C. A. V. de. **Redes de cooperação de micro e pequenas empresas**: um estudo das atividades logísticas no setor metalúrgico de Sertãozinho-SP. 2004. 222 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade de São Paulo, SP, 2004.

SILVA, E. G. S; MARINHO, R. R. Serviços de informação: um instrumento para a integração universidade/empresa. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12., 2002. Natal, RN. Anais...[S.l.: s.n., 200-].

SILVA, W. A. C.; FONSECA, R. DE F.; SANTOS, A. O. **Microbusiness development and quality of life of microentrepreneurs' families**. RAM, 17(4), p. 176-200, 2016.

SILVEIRA, M. H. F.; MASSULA, R. G.; MOTA, L. F.; SILVA, A. S. B. O Impacto das Micro e Pequenas Empresas no Mercado de Trabalho: uma análise da Região Sul/Sudoeste de Minas Gerais. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGET, 9., Resende, RJ. **Anais eletrônicos**, 2012.

SOBEL, R. S. Testing Baumol: institutional quality and the productivity of the entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, n. 23, 2008.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

TAVARES, B.; FERREIRA, M. A. M.; LIMA, A. A. T. de F. de C. Identificação das práticas de gestão das micro e pequenas empresas: construindo uma escala de mensuração. **Revista de Negócios**, 2010.

TAVARES, D. A. **Gestão de Pequenas e Médias Empresas em Cabo Verde**: estudo de caso Ilha de Santiago. Cabo Verde: Instituto Piaget, 2008.

TIDD, J; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. 5ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VAN PRAAG, M. C. Some Classic Views on Entrepreneurship. **De Economist**, v.147, n.3, 1999.

VERGA, E.; SOARES, S. L. F. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. p. 13-14, 2014.

VICENZI, S. L. **Fatores motivadores do empreendedorismo que influenciam nas decisões de conteúdo estratégico nas empresas da cidade de Foz do Iguaçu**. 2011. 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Paraná. PR, 2011.

WANDERLEY, F. **Pequenos negócios, industrialização local e redes de relações econômicas**: uma revisão bibliográfica em sociologia econômica. BIB, Rio de Janeiro, n.48, p. 15-49, 1999.

WORLD BANK. *Doing Business no Brasil*. 2006. Disponível em <[www.doingbusiness.org/documents/doing\\_business\\_in\\_brazil\\_portuguese.pdf](http://www.doingbusiness.org/documents/doing_business_in_brazil_portuguese.pdf)> Acesso em 21 jan. 2021.

ZVARYCH, O. Evaluation of small business influence on the economic development of the region. **Baltic Journal of Economic Studies**, 3(5), p. 151-156, 2017.

## ANEXO A - QUESTIONÁRIO

Prezado (a),

Este questionário faz parte de uma pesquisa científica para titulação de mestre em Gestão Pública pela UFPI. Visa identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte. São 20 perguntas e seu preenchimento não leva mais do que 10 minutos. Obrigada por sua contribuição!

**1° Cidade – Estado, onde nasceu.**

---

**2° Qual o seu gênero?**

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

Outro (Qual?)

**3° Idade**

18 a 24 anos

25 a 34 anos

35 a 44 anos

45 a 54 anos

55 a 64 anos

**4° Grau de Instrução.**

Ensino fundamental incompleto

Ensino fundamental completo

Ensino médio incompleto

Ensino médio completo

Superior incompleto

Superior completo

Pós-graduação

**5° Estado Civil.**

Solteiro (a)

Casado (a) / união estável

Divorciado (a) / separado (a)

Viúvo (a)

**6° Qual sua renda familiar?**

Até 1 salário mínimo

Mais de 1 até 2 salários mínimos

Mais de 2 até 3 salários mínimos

Mais de 3 até 6 salários mínimos

Mais de 6 salários mínimos

**7° Quantos colaboradores/funcionários há na organização/empresa?**

Até 09 pessoas ocupadas

De 10 a 49 pessoas ocupadas

Até 19 pessoas ocupadas

De 20 a 99 pessoas ocupadas

**8° Em qual região /zona de Teresina seu empreendimento está localizado?**

Centro/Norte

Leste

Sudeste

Sul

**9° Características pessoais que ajudaram a abrir o negócio (cite as 3 mais relevante para o seu caso).**

Busca por inovação

Determinação

Persistência

Busca por desafios

Coragem/ousadia

Iniciativa

Criatividade

Vontade / Motivação

Dinamismo

Liderança

Comprometimento

Dedicação

Assume riscos

Outros: \_\_\_\_\_

**10° Marque a alternativa que mais se enquadra no estágio de vida do seu empreendimento.**

**Empreendedores nascentes** estão envolvidos na estruturação ou são proprietários de um novo negócio, mas esse empreendimento ainda não pagou salário, pró-labore ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.

**Empreendedores novos** administram e são donos de um novo empreendimento que já remunerou de alguma forma os seus proprietários por um período superior a três meses e inferior a 42 meses.

**Empreendedores estabelecidos** administram e são proprietários de um negócio consolidado, pelo fato desse empreendimento ter pago aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses.

**11° Ramo de atividade em que atua.**

Serviço

Comercio

Indústria

**12° Principais produtos/serviços que comercializa (máximo 3)**

\_\_\_\_\_

**13° Mercados que atua efetivamente.**

No bairro

No município

Na região

Neste e em outros estados

Neste e em outros países

**14° Conhecimento prévio sobre o negócio que abriu**

Nenhum 1 2 3 4 5 muito

**15° Tempo em que está no mercado.**

De 1 mês até 3 anos

De 3 até 5 anos

De 5 até 10 anos

Mais de 10 anos

**16° O que motivou a querer abrir seu próprio negócio? (Cite os 3 motivos principais).**

Realização profissional

Desejo de independência

Fuga da rotina

Busca por desafios

Busca por status

Qualidade de vida

Necessidade financeira

Viu uma oportunidade no mercado

Está aposentado

Insatisfação com o trabalho anterior/ falta de perspectiva

Desejo de trabalhar por conta própria

Desejo de crescimento

Influência familiar

Desemprego

Encontrou um sócio motivado

Outros: \_\_\_\_\_

**17° Qual sua motivação para empreender?**

Para continuar uma tradição familiar

Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta

Para fazer diferença no mundo

Para ganhar a vida porque os empregos são escassos

**18° Quais medidas deveriam ser tomadas pelo governo para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas? (Cite os 3 principais)**

- i. realizar diagnósticos de forma a identificar os principais gargalos e impactos nas atividades produtivas;
- ii. implantar políticas de demandas para setores específicos;
- iii. isenções fiscais sobre faturamento para estímulo à atividade empresarial;
- iv. criação de programa de financiamento de crédito com redução dos procedimentos burocráticos;
- v. criação de zonas especiais de serviços e produção;

- vi. provisão de melhorias da infraestrutura;
- vii. estímulo à criação de consórcio de microempresas para atendimento de demandas públicas;
- viii. pagamento de seguro social;
- ix. empréstimo direto e simplificado proveniente de agências públicas;
- x. isenções de taxas e parcelas de serviços públicos prestados;
- xi. redução das exigências para pedidos de crédito;
- xii. políticas estruturais de sustentação ao trabalho remoto;
- xiii. prover benefícios análogos a micro empresários e desempregados;
- xiv. subsídios para estimular o tele trabalho e a digitalização do negócio;
- xv. fomentar o desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Outros: \_\_\_\_\_

**19° Quais medidas deveriam ser tomadas pelas micro e pequenas empresas para melhor enfrentar as adversidades impostas pelo mercado? (Cite os 3 principais)**

- i. Formação de redes de cooperação;
- ii. Diversificação de canais de distribuição/vendas;
- iii. Criação de associações;
- iv. Capacitação sobre cuidados e retomada;
- v. Implantação de métodos e tecnologias inovadoras de proteção à saúde de colaboradores e clientes;
- vi. Treinamento de colaboradores;
- vii. Rodízio de trabalhadores;
- viii. Buscar suporte em plataformas de crowdfunding;
- ix. Buscar auxílio com fintechs;
- x. Buscar mercados alternativos;
- xi. Adotar teletrabalho;
- xii. Realizar esforços de digitalização;
- xiii. Replanejamento e investimento em infraestrutura;

Outros: \_\_\_\_\_

**20° Quais medidas deveriam ser tomadas pelo SEBRAE, Bancos e outros órgão de apoio para incentivar e viabilizar as micro e pequenas empresas? (Cite os 3 principais)**

- i. Formação profissional em competências especializadas;
- ii. Ampliar a prestação de serviço de consultoria e serviço tecnológico;
- iii. Conduzir diagnósticos setoriais;
- iv. Estimular a criação de incubadoras;
- v. Criação de observatório das atividades de micro e pequenos empresários;
- vi. Prover acesso à base de conhecimentos;
- vii. Criação de Market place para sustentação de demanda;
- viii. Suporte à abertura de novos mercados e diversificação;
- ix. Criação de plataforma de crowd funding para estímulo à antecipação de vendas;
- x. Estimular e suportar o tele trabalho e a digitalização do negócio;
- xi. Auxiliar as adequações de infraestrutura;
- xii. Estimular a criação de linhas de crédito especiais;
- xiii. Auxílio ao planejamento e realização de compras coletivas;
- xiv. Criação de campanhas de incentivo à demanda.

Outros: \_\_\_\_\_

**ANEXO B- DECLARAÇÃO DA REVISÃO DE PORTUGUÊS****DECLARAÇÃO**

Eu, ANTONIO WILSON DE ANDRADE SILVA, portadora do CPF nº 056.367.623-05, R.G. nº 3.155.915, formada em Letras Português pela UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, declaro que realizei a revisão de português no trabalho intitulado “**Empreendedorismo e micro e pequena empresa: as características e importância do empreendedorismo econômico em Teresina-PI**” da aluna **Fernanda Raquel dos Santos Sousa**, mestranda do Programa de Pós-graduação em Gestão Pública da Universidade Federal do Piauí (UFPI), sob a orientação do Prof. Dr. Samuel Costa Filho.

Por ser verdade firmamos o presente.

Teresina (PI), 12 de janeiro de 2022



---

Antonio Wilson de Andrade Silva  
Licenciado em Letras Português