

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
INSTITUTO NATUREZA E CULTURA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LENS OCTAVIO DE ALMEIDA PAREDES**

**ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA  
O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO  
DE BENJAMIN CONSTANT – AM**

**Benjamin Constant - AM  
2021**

**LENS OCTAVIO DE ALMEIDA PAREDES**

**ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA  
O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO  
DE BENJAMIN CONSTANT – AM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Natureza e Cultura da Universidade Federal do Amazonas, para obtenção do grau de bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. M.Sc. Juvan Reis Nogueira

**Benjamin Constant - AM  
2021**

### Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

P227e Paredes, Lens Octavio de Almeida  
Estudo da importância dos empreendedores para o desenvolvimento social e econômico do município de Benjamin Constant - AM / Lens Octavio de Almeida Paredes . 2021  
67 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Juvan Reis Nogueira  
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo. 2. Desenvolvimento. 3. Economia. 4. Social. I. Nogueira, Juvan Reis. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

**LENS OCTAVIO DE ALMEIDA PAREDES**

**ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA  
O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO  
DE BENJAMIN CONSTANT – AM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Natureza e Cultura da Universidade Federal do Amazonas, para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 03 de dezembro de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. M.Sc. Juvan Reis Nogueira – Orientador/Presidente  
Universidade Federal do Amazonas

Prof. M.Sc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa – Membro  
Universidade Federal do Amazonas

Prof. Márcio Gleick Félix de Oliveira – Membro  
Universidade Federal do Amazonas

*A minha mãe **Albertina de Almeida Paredes** a minha Filha  
**Kamille dos Santos de Almeida Paredes** aos meus irmãos  
Duffner, Ivaneth, Vanusa, Magali e a toda minha família e  
amigos que estiveram presentes na minha vida e confiaram  
em mim, pelo apoio, esforço e incentivo para que esse sonho  
se tornasse realidade!*

## AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus por estar sempre presente na minha vida, me ajudando nessa caminhada acadêmica e me concedendo saúde, forças para superar todos os obstáculos. Sem ele nenhuma realização seria possível.

Agradeço também a toda minha família por todo carinho dedicado. Aos meus irmã(os) Vanusa de Almeida Paredes, Duffner de Almeida Paredes, Ivaneth de Almeida Paredes, Magali de Almeida Paredes que sempre estiveram me motivando. E em especial a minha mãe Albertina de Almeida Paredes, que foi a minha inspiração para este trabalho por ser a maior empreendedora da minha vida, a minha filha Kamille dos Santos de Almeida Paredes, por ser a filha bondosa e por me ensinar valores que carregarei comigo para sempre. Um agradecimento especial a minha esposa Lillia Tejada de Lima, por toda paciência e carinho.

Agradeço por toda amizade e companheirismo dos meus amigos(as) Neuzianhe Freitas, Nathacha Tello, Silvana Falcão por estarem comigo durante toda minha trajetória acadêmica, as realizações dos trabalhos que fizemos juntos noites e dias, por toda criatividade nos trabalhos em grupos e por todo conhecimento compartilhado. Não poderia desejar melhores pessoas para realizar essa jornada comigo. E a todos os discentes do curso que o passar dos tempos nos tornamos amigos.

E também a todos os docentes do curso pelos conhecimentos compartilhados, em especial agradeço a meu orientador Juvan Reis Nogueira, um dos professores mais dedicados que eu já tive, por toda ajuda na concepção deste trabalho. Aos professores Ciderjânio Farling Salvador Da Costa e Márcio Gleick Félix de Oliveira por aceitarem fazer parte da minha banca, e participar desse momento de conclusão tão importante pra mim.

*Muito obrigado!*

*As espécies que sobrevivem não são as mais fortes, nem as mais inteligentes, e sim aquelas que se adaptam melhor as mudanças.*

*(Charles Darwin)*

## RESUMO

O empreendedorismo é um fator importante para o desenvolvimento social e econômico, é o onde ocorre um fluxo econômico através das vendas de produtos e serviços contribuindo na geração de emprego e renda e, cada vez mais aumenta o interesse das pessoas em abrir seu próprio negócio. No município de Benjamin Constant a maioria do empreendedorismo são micro empresas que desempenham um papel importante para o desenvolvimento da economia e da sociedade que contribui com as opções de compra de produtos e serviços ofertados pelos empreendedores. Desta forma, a pesquisa objetivou demonstrar a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, com foco na relevância dos empreendedores do município de Benjamin Constant – AM. O presente trabalho é uma análise dos perfis dos empreendedores, as práticas, as suas dificuldades enfrentadas, e o impacto econômico para o desenvolvimento social. O estudo exploratório é de natureza quantitativa sendo que o instrumento utilizado para a coleta de dados foi o questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas realizado com 15 empreendedores de Benjamin Constant – AM como amostra para o alcance da análise e discussão do resultado permitindo-se avaliar sua importância de forma indutiva, ou seja, do particular para geral, emitindo conceitos sobre o objeto estudado. Os resultados da pesquisa indicam, sobretudo que os pesquisados viraram empreendedores através de conhecimentos práticos, trabalhando em outras empresas, e aproveitaram a oportunidade que surgiram e decidiram dedicar-se ao seu próprio negócio, ou levam a frente o legado de sua família quando herdaram a empresa, ou socializam com a comunidade com um desejo de mudar para melhor e criam oportunidades para aqueles que precisam. Os empreendedores percebem a relevância do seus negócios para geração de renda e emprego, o que se considera a partir desta pesquisa algo importante para o incentivo do empreendedorismo para desenvolvimento econômico e social considerando um bem maior para a sociedade e a economia.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Desenvolvimento, Economia, Social

## RESUMEN

El emprendimiento es un factor importante para el desarrollo social e económico, es donde ocurre un flujo económico mediante de ventas de productos e servicios contribuyendo para la generación de empleo y ingresos y, cada vez más aumenta el interés de las personas en abrir su propio negocio. En el municipio de Benjamin Constant donde su mayoría del emprendimiento son micro negocio que desempeñan un papel importante para el desarrollo de la economía y de la sociedad que contribui con opciones de compra de productos e servicios ofrecido por los emprendedores. De esta forma, la pesquisa tiene como objetivo demostrar la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico, centrándose en la relevancia de lo emprendedores del municipio de Benjamin Constant – AM. El presente trabajo es un análisis de los perfiles de los emprendedores, las practicas y sus dificultades enfrentadas, y el impacto económico para el desarrollo social. El estudio exploratorio es de naturaleza cuantitativa siendo que el instrumento usado para la recolección de datos fue el cuestionario estructurado con preguntas abiertas e cerradas logrado con 15 emprendedores de Benjamin Constant – Am como muestra para el alcance de análisis e discusión de los resultados permitiendo evaluar su importancia de forma inductiva, o sea, del particular para general, emitiendo conceptos sobre el objeto estudiado. Los resultados de la búsqueda indican, sobre todo que los pesquisados se han convertido emprendedores mediante de conocimiento prácticos, trabajando en otros negocios, e aprovecharan la oportunidad que emergió y decidió dedicar a su propio negocio, o continúan con el legado de sus familias cuando heredan el negocio, o socializan con la comunidad con el deseo de transformar para mejor e crear oportunidades para los que necesitan. Los emprendedores darse cuenta de la relevancia de sus negocios para la generación de empleo e ingresos, el que se considera a partir de esta investigación algo importante para el incentivo del emprendimiento para desarrollo económico e social considerando un bien mayor para la sociedad e la economía.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Desarrollo, Economía, Social

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1. Vista de satélite da hidrovia do Rio Amazonas Manaus/Benjamin Constant. ....	44
Figura 2. Acesso ao centro comercial do município durante a cheia dos rios em 2012. ....	53
Figura 3. Pontes de acesso ao centro comercial do município. ....	53

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Características Empreendedoras.....	22
Quadro 2. Tipos de Empreendedores. ....	26

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Visibilidade/valorização pelo Poder Público. ....	42
Gráfico 2. Ações empreendedoras nas escolas. ....	43
Gráfico 3. Percepção de diminuição de barreiras fiscais. ....	44
Gráfico 4. Utilização de recursos financeiros fomentados pelo Estado. ....	45
Gráfico 5. Apoio em Capacitação ou Consultoria Público ou Privada. ....	46
Gráfico 6. Avaliação da Infraestrutura ofertada pelo município. ....	48
Gráfico 7. Uso de Inovações Tecnológicas nos empreendimentos. ....	49
Gráfico 8. Tipo de Empreendedores. ....	50
Gráfico 9. Quantidade de colaboradores empregados nos estabelecimentos. ....	51
Gráfico 10. Porte Empresarial. ....	51

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABNT - Associação Brasileira De Normas Técnicas

BRICS – Brasil, Rússia, Índia,

CEAG - Curso de Especialização em Administração para Graduados

CNPJ – Cadastro Nacional De Pessoa Jurídica

EMP – Empresa De Médio Porte

EPP – Empresa De Pequeno Porte

FAMPE - Fundo de Aval direcionada a Micro e Pequenas Empresas

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

INC – Instituto de Natureza e Cultura

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio Exterior e Serviços

ME - Microempreendedor

MEI – Micro Empreendedor Individual

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMC - Organização Mundial do Comércio

ONU – Organização Mundial Das Nações Unida

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

TTE – Taxa de Empreendedorismo Total

UFAM – Universidade Federal do Amazonas

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO I – REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>16</b>
1.1 EMPREENDEDORISMO: DA SUA ORIGEM ATÉ A CHEGADA ao BRASIL .....	16
1.1.1 Origem Histórica do Empreendedorismo .....	16
1.1.2 Empreendedorismo no Brasil .....	18
1.2 CONCEITOS E DEFINIÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO.....	19
1.3 EMPREENDEDOR: PERFIL, TIPOS E CARACTERÍSTICAS .....	22
1.3.1 Características Empreendedoras.....	22
1.3.2 Tipos de Empreendedores .....	25
1.4 EMPREENDEDOR FORMAL E INFORMAL.....	29
1.4.1 Empreendedor Informal.....	29
1.4.2 Empreendedor Formal .....	30
1.5 POLÍTICAS DE INCENTIVOS À PRÁTICA EMPREENDEDORA .....	31
1.5.1 Promoção da Cultura Empreendedora.....	31
1.5.2 Educação Empreendedora .....	32
1.5.3 Barreiras de Entrada e de Saída.....	32
1.5.4 Financiamento .....	33
1.5.5 Suporte ao Empreendedor .....	33
1.5.6 Infraestrutura Pública .....	34
1.5.7 Tecnologia e Inovação.....	34
1.6 DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO.....	35
<b>CAPÍTULO II – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>38</b>
2.1 NATUREZA DA PESQUISA.....	38
2.2 QUANTO AOS FINS.....	38
2.3 QUANTO AOS MEIOS .....	38
2.4 UNIVERSO.....	39
2.5 AMOSTRAGEM.....	39
2.6 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS .....	40
<b>CAPÍTULO III - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>41</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>55</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>62</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>65</b>

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem um impacto positivo para a economia de qualquer país e, quando isso é feito de forma correta, com conhecimento e curso de gestão, maiores são as chances de o empreendedor contribuir para o desenvolvimento econômico, assim como na geração de empregos, inovação para o mercado, oferta de produtos e serviços esperado pelos clientes promovendo um ambiente mais sustentável e uma sociedade mais justa.

Devido o aumento do desemprego no país por conta, principalmente, da pandemia, muitas pessoas recorreram, mesmo de maneira informal, abrir seu próprio negócio, e esse desejo só aumentou pelo fato de poucas oportunidades no mercado de trabalho formal. No município de Benjamin Constant o empreendedorismo em sua maioria são micro empresas que desempenham um papel importante para o desenvolvimento econômico como a geração de riqueza e emprego.

Porém, abrir um negócio não assegura ter sucesso ou obter lucro, muitas empresas não conseguem sobreviver por muito tempo e, segundo o Sebrae, 50% das empresas fecham antes de 2 anos de vida e, os principais obstáculos são por falta de planejamento, dificuldade em obter empréstimo e a elevada carga tributária. O setor privado teve uma queda significativa durante esse período pandêmico, as empresas tiveram que reduzir seus quadros de funcionários para poder manter-se no mercado, e outros tiveram que fechar suas portas.

O empreendedorismo tem um papel importante para o desenvolvimento econômico, Segundo Joseph Schumpeter, (1985) “os empreendedores são forças principais de crescimento econômico ao introduzir no mercado inovações que tornam os produtos e as tecnologias existentes em produtos ultrapassados”.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), analisou que a atividade empreendedora direciona-se por duas vertentes: a do empreendedorismo de oportunidade onde o empreendedor é visionário, sabe onde quer chegar, planeja todo o processo do negócio e tem mais chances de obter sucesso, renda extra ou a independência profissional. E o empreendedorismo por necessidade que, atualmente reflete a realidade brasileira onde o empreendedor se aventura, enxergam esta como a melhor opção de trabalho pelo fato de estarem desempregadas e não conseguirem um trabalho formal.

Esta pesquisa surge com a necessidade de analisar os comércios de Benjamin Constant, de como vem se aprimorando para garantir o aumento dos seus lucros, a qualidade dos serviços e produtos, impactando na forma de consumo dos clientes e o movimento econômico local. A alta de desemprego despertou interesse de muitas pessoas a criarem seus próprios negócios, a

maioria informal e empírica. Segundo Kirzner (1979) estes indivíduos são motivados pela necessidade da sobrevivência. Muitas das vezes sem condições de estarem inclusos no mercado de trabalho formal se aventuram na atividade empreendedora. Já Reynolds (2002) diz que tais indivíduos são forçados a abrirem o próprio empreendimento por não existir qualquer tipo de trabalho ou os existentes são insatisfatórios.

Para realização deste trabalho, realizou-se pesquisa com os empreendedores locais, em seguida compreender o que levou a empreender no município de Benjamin Constant, quais as dificuldades enfrentadas para buscar um bom rendimento para seu negócio.

O objetivo deste estudo foi compreender a importância da prática empreendedora para o desenvolvimento social e econômico no município de Benjamin Constant – Am. Para tanto, identificou-se as principais políticas que impulsionam o empreendedorismo local; analisou-se os tipos de empreendedores atuantes no município; avaliou-se a participação econômica dos empreendedores no município; detectou-se as principais dificuldades para o desenvolvimento de suas atividades empreendedoras.

Este trabalho está dividido em capítulos para uma melhor compreensão do assunto exposto. No capítulo I, tem-se o referencial teórico com os principais conceitos e relações com subtemas. No capítulo II, apresentam-se os métodos e procedimentos utilizados na pesquisa, sendo cumprido à risca todo arcabouço científico. No capítulo III, demonstram-se as análises e discussões dos resultados da pesquisa. Por fim, as considerações finais expõem os principais achados da pesquisa, mostrando a percepção do autor/pesquisador sobre o tema abordado.

## CAPÍTULO I – REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1 EMPREENDEDORISMO: DA SUA ORIGEM ATÉ A CHEGADA AO BRASIL

#### 1.1.1 Origem Histórica do Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo vem de empreender, *entrepreneur* (termo Francês que significa empreendedor em português), “pessoa que assume riscos”, tendo sua origem em 1725. Uma definição preliminar para o termo empreendedorismo, de acordo com o Hisrich (2004), pode ser atribuída a Marco Pólo, o qual tentou estabelecer uma rota comercial para o Extremo Oriente. DORNELAS (2016) afirma que, ao assinar um contrato de venda de mercadorias com um homem capitalista Marco Pólo adotou uma postura de empreendedor, pois, correu riscos físicos e emocionais.

Hisrich e Peter (2004) concordam no fato de que a posição do capitalista era a de correr riscos passivamente já que era comum na época cobrar uma taxa de 22,5% a um empresário por contrato oferecido. Aos comerciantes aventureiros (comerciante que concluiu a viagem) os lucros eram divididos, 25% ficava com o comerciante, 75% com o capitalismo.

Hisrich e Peters (2009), ainda concluem ao citarem as origens e conceitos do termo empreendedor, que desde a idade média ele já era usado para descrever tanto a pessoa que participava quanto a que gerenciava grandes projetos de produção (construção de castelos, fortes, catedrais, etc.), passando não correrem mais riscos uma vez que um projeto era administrado com recursos oferecidos pelo governo.

No século XVII que a noção de risco é associada ao empreendedorismo, pois ao financiar contratos ou realizar serviços com o governo, o empreendedor assumia certo grau de risco. Entretanto, é no século XVIII e XIX, que o termo empreendedor passa a assumir um caráter mais próximo de empresário, diferenciando-o do capitalista devido ao surgimento da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes à eletricidade e química, de Thomas Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.

No mais, foi a Inglaterra o país que mais dedicou esforços para definir claramente a função do empreendedor no desenvolvimento econômico. Dentre os importantes teóricos que ofereceram uma grande contribuição para o entendimento do fenômeno do empreendedorismo ressalta-se, Adam Smith e Alfred Marshall.

Adam Smith denominou o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. O conceito de Smith refletia uma tendência da época de considerar-se o empreendedor como alguém que visava somente produzir dinheiro.

É no final do século XIX início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores(o que ocorre ainda nos dias de hoje), como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Shumpeter *apud* Drucker (1987), economista austríaco, ao comparar empreendedorismo ao desenvolvimento econômico, mostrou como as ações inovadoras podem introduzir descontinuidades cíclicas na economia. O autor afirma, que os papéis centrais do empreendedor passaram a fixar-se em três bases: a inovação, o assumir riscos e a permanente exposição da economia ao estado de desequilíbrio.

Andrew Carnegie, escocês de origem pobre, é um dos melhores exemplos dessa definição, pois não inventou nada, mas adaptou e desenvolveu nova tecnologia na criação de produtos para alcançar vitalidade econômica. Fez da indústria de aço uma das maravilhas do mundo industrial, através de sua incansável busca por competitividade, ao invés da inventividade ou criatividade (HISRICH, 2004).

Com a publicação da obra Teoria do Desenvolvimento Econômico de Joseph A. Schumpeter em 1911, é que a conotação de empreendedor adquiriu um novo significado.

Schumpeter (*apud* DEGEN, 1989) “o empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente, seguindo aos antigos métodos menos eficientes e mais caros”.

A definição de empreendedorismo é antiga, por tanto houveram várias interpretações para o tema desde a concepção de empreendedor como ser social que fugia dos padrões avaliadas, até aquele ser extremamente importante para o desenvolvimento econômico e social da humanidade, visão atual.

### 1.1.2 Empreendedorismo no Brasil

“O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo, ainda relativamente pouco exploradas: o potencial empreendedor dos brasileiros”, diz o especialista canadense Louis Jacques Filion, que vem trabalhando na Divulgação do empreendedorismo em nosso país há mais de uma década. A cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo. Que está em toda parte, bastando-se um estímulo para que brote, floresça e de seus frutos (FILION *apud* DOLABELA, 1999a).

Segundo Dolabela (1999a), o primeiro curso na área do empreendedorismo no Brasil surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do Professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”. Era na disciplina do Curso de Especialização em Administração para Graduados CEAG. Em 1984, o curso foi estendido para a graduação com o nome de “Criação de Novos Negócios – Formação de empreendedores”, e hoje é um caminho obrigatório para alunos da graduação.

Segundo Dornelas (2001), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990 quando entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Os ambientes políticos e econômico não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Hoje, a quantidade de empreendedores no Brasil e no mundo não para de crescer, seja por oportunidade ou necessidade. Isso faz com que a concorrência seja alta. E daí vem a necessidade de o empreendedor nacional ter um planejamento concreto e eficiente do seu negócio, investindo em inovações que permitam garantir seu espaço no mercado.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) apontou, em março de 2019, que a taxa de empreendedorismo no Brasil atingiu 38% na Taxa de Empreendedorismo Total (TTE). Isso significa que cerca de 52 milhões de brasileiros têm um negócio próprio, número que aumenta a cada dia.

A taxa de empreendedorismo no Brasil, segundo a análise de empreendedorismo no Brasil, é a maior entre os países do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), ocupando a China o segundo posto. A taxa dos Estados Unidos, por outro lado, é inferior à da China.

Diante das facilidades concedidas pelo governo, e pelas oportunidades geradas a partir de problemas em nosso país, quem deseja empreender no Brasil se depara com certos desafios:

**Burocracia:** O Brasil sem dúvida é um dos países mais burocráticos do mundo. O MEI facilitou a formalização de negócios, mas ainda há muitas dificuldades em outras modalidades de empresa.

**Impostos:** O Brasil também é um dos países que cobram mais impostos no mundo. Uma microempresa, por exemplo, precisa pagar CSLL, PIS, ISS, COFINS, ICMS e IRPJ, só para citar alguns impostos.

O empreendedorismo no Brasil apresenta, como todo empreendimento, em qualquer parte do mundo, vantagens e riscos. A crise econômica oferece oportunidades crescentes para empreendedores, ao passo que o governo procura facilitar o financiamento desses novos empreendimentos como forma de estimular a economia e a sociedade nacionais.

## 1.2 CONCEITOS E DEFINIÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo é uma tradução da *entrepreneurship*. Utilizada para desenvolver uma área de grande alcance e não se trata apenas da criação de novas empresas, ou seja, pode ser apresentada de diferentes maneiras. O auto-emprego (quando se cria um próprio negócio), as políticas públicas (políticas governamentais para estímulo do setor), empreendedorismo comunitário (comunidades que empreendem), intra-empreendedorismo (o empregado é empreendedor).

Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo é um fenômeno cultural, práticas e valores das pessoas, são frutos de habilidades. Implica uma forma de ser, uma forma de se relacionar.

Ainda de acordo com o texto o empreendedorismo é visto como a arte de criatividade e motivação. Consiste no contentamento de inovar qualquer projeto pessoal ou organizacional, desafiando às oportunidades e riscos. Embora, considera-se empreendedorismo como práticas de inovações, indivíduos que buscam melhorias de comercialização de produtos e serviços que resultam em organizações mais competitivas destacando-se entre seus concorrentes.

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRIC, 2004, p. 29).

“Empreendedor é aquele que aproveita a oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados” (DORNELAS, 2008).

Schermerhorn (2007, p. 123) afirma que: o empreendedor é um indivíduo que corre riscos e procurar apanhar as oportunidades que outros não aproveitaram ou deixaram passar por que viam como problemas ou ameaças. No mais, um empreendedor inicia novos empreendimentos dando vida a novas ideias de produtos ou serviços.

As atitudes do empreendedor são construtivas, possuem entusiasmos e carisma. Para ele não existe problemas que não haja solução, é um comportamento proativo diante de situações que precisam ser resolvidas. Dessa maneira o empreendedor impulsiona o indivíduo a mudar seu contexto. O empreendedorismo resulta na destruição de conceitos ultrapassados, por que não tem mais capacidade de surpreender e agradar.

Segundo Schumpeter (1988), empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”, da qual os métodos de produção ou produtos existentes são destruídos e substituídos por novos. De acordo com o autor, a economia pode ser transformada através do desenvolvimento de novos produtos ou serviços, a criação de novos métodos de produção e novos mercados, e o empreendedor seria o precursor básico nesse processo.

Barreto diz (1998, p. 190) que “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”, ou seja, é o processo de desenvolver uma organização com recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico. Entretanto, pode-se dizer que o empreendedor tem a capacidade de criar novos propósitos, conceitos e, novas atitudes, portanto, é a pessoa capaz induzir uma nova ideia ou invenção em uma inovação de sucesso.

A essência do empreendedorismo nos dias de hoje é a busca de oportunidades inovadoras. Portanto, as pessoas não precisam ter um dom específico, como se pensava no passado. Pelo contrário, qualquer pessoa pode aprender o que é ser um empreendedor de sucesso” (DORNELAS, 2002).

A afirmação de Drucker (2012) diz que “empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade”, portanto qualquer pessoa pode empreender basta ter iniciativa, motivação, conhecimento sobre a área de atividade que deseja atuar. Para Dolabella (1999), para se tornar um empreendedor o indivíduo precisa ser proativo no sentido de pensar e agir com criatividade, ser visionário, busque a inovação e liderança para que possa assumir seu espaço no mercado, sendo motivado pela coragem e prazer em desenvolver essas atividades.

Sabe-se que alguns indivíduos nascem empreendedores e, estes são considerados como empreendedores natos. Porém uma pessoa pode adquirir características empreendedoras, sendo influenciada pelo seu círculo de relações (família, amigos, empresários importantes que servem como modelo de inspiração).

“Famílias de empreendedores têm maior chance de gerar novos empreendedores e que empreendedores de sucesso quase sempre têm um modelo, a quem admiram e imitam” (FILION, 1991 apud DOLABELA, 1999a, p. 34). O fato é, não seguir o mesmo modelo ou copiar algo milagroso bem sucedida, mas sim avaliar os problemas, as situações, para que em cima dessa avaliação possa operacionalizar tomando as devidas decisões diante de cada situação. Pois, cada empresa são diferentes, cada uma toma seu próprio rumo.

A criatividade é que vai distingui-lo da concorrência. O empreendimento inovador, que executa de forma um pouco melhor que a concorrência, conseqüentemente ganha, quando tudo o mais é igual. Realizar aquele algo mais chamará a atenção do cliente. Para tanto, é preciso criatividade, assim como trabalho duro (HALLORAN, 1994, p.7).

O aprendizado obtido durante a vida, a coragem de enfrentar as dificuldades, a busca constante de inovar, criar, aprender sem medo de arriscar, são coisas indispensáveis de enfrentar as desvantagem que possam surgir.

Para os indivíduos interessados no estudo para criar novos empreendimentos, os princípios para prever o sucesso de um empreendedor são a diversidade, o valor, a experiência das qualificações adquiridas por ele no setor em que pretende atuar. (FILION apud DOLABELA, 1999 a).

Essa definição ressalta que a busca de conhecimentos na área que o indivíduo pretende aplicar é o primeiro processo de criação que tem valor tanto para o empreendedor quanto para o público. Empreender exige esforço, dedicação e tempo para operar algo novo, assumindo riscos financeiros, sociais e psicológicos. No entanto suas recompensas e retornos pessoais e econômico vem pelo fato satisfatório de ser um empreendedor.

Dolabela diz que (2008), o empreendedor é, acima de tudo, aquele profissional dedicado à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando informações em produtos ou serviços em variáveis áreas.

Diante dos contexto apresentado, qualquer pessoa pode se tornar empreendedor, as quais suas ambições podem ser desenvolvidas através de treinamento, qualificações, motivação, coragem, e a busca de conhecimento de sua área que deseja atuar.

### 1.3 EMPREENDEDOR: PERFIL, TIPOS E CARACTERÍSTICAS

#### 1.3.1 Características Empreendedoras

Todo indivíduo podem tornar-se empreendedor, pois, é a partir de contato com a sociedade e estudos que auxilia no desenvolvimento de talentos e características na personalidade, que possam ser fortalecidos ao longo da sua jornada. Se uma pessoa vive em um ambiente onde empreender é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio.

As variedades definições a respeito do empreendedor é resultado do estudo de várias ciências como: a Administração, a Psicologia, a Sociologia e a Economia. Esses estudos buscam analisar as características do perfil empreendedor e onde esses indivíduos atuam.

Filion (1997, apud DOLABELA, 1999, p. 70) diz que as características variam de acordo com as atividades que o empreendedor executa em função do crescimento da empresa. Dolabela (1999), acredita que as características empreendedoras podem ser contraídas e desenvolvidas. A preocupação de distinguir o perfil do empreendedor auxilia no processo de adaptação comportamentais e adequação de atitudes.

Abaixo será apresentado um resumo dos traços dos empreendedores segundo Timmons (1994) e Hornaday (1982).

#### **Quadro 1.** Características Empreendedoras.

Tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia.

Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.

Trabalha sozinho. O processo visionário é individual.

Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos.

Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros.

É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados.

Sabe fixar metas e alcança-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se.

Tem a capacidade de descobrir nichos.

Tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que sabe, mas o que se faz.

Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz.

Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento.

Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.

É um sonhador realista, é racional, mas usa também a parte direita do cérebro.

Cria um sistema próprio de relações com empregados.

É comparado a um “líder de banda”, que de liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo.

É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.

Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho.

Tece “rede de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações internas (como sócios, colaboradores) mais importante que a externa.

Conhece muito bem o ramo que atua.

Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.

Traduz seus pensamentos em ações.

Define o que aprender (a partir do não-definido) para realizar suas visões. É pró-ativo: define o que quer e onde quer chegar; depois, busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo.

Cria um método próprio de aprendizagem: aprende a partir do que faz; emoção e afeto são determinantes para explicar seus interesse. Aprende indefinidamente.

Tem alto grau de “internalidade”, que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguira provocar mudanças nos sistemas em que atua.

Assume riscos moderados: gosta do risco, mas faz tudo para minimiza-lo. É inovador e criativo (Inovação é relacionada ao produto. É diferente da invenção, que não pode dar consequência a um produto).

Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza.

Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

**Fonte:** Adaptado de Dolabela (1999).

Drucker (1987) corrobora que qualquer indivíduo proativo pode aprender a ser um empreendedor. Tornar-se um empreendedor é ter um comportamento e decisões diretas não um traço de personalidade, pois suas bases e aprendizados são suas convicções e teorias.

Segundo a analogia de Brito (2003) as características a seguir são fundamentais para um empreendedor:

**Criatividade e Inovação:** o empreendedor que compreende as oportunidades de negócios onde ninguém mais consegue notar.

**Habilidade para praticar criatividade:** aquele que consegue focar seus esforços em um único objetivo.

**Força de vontade:** o empreendedor acredita em suas habilidades para mudanças, tem forças e paixão para obter o sucesso.

**Foco na geração de valor:** ele deseja fazer as coisas da melhor forma, do modo mais rápido e mais barato.

**Corre riscos:** encurtando distância e quebrando barreiras.

Na visão de Dornelas (2003), o empreendedor de sucesso possui características extras, entre elas:

**Ser visionário:** ter a visão de como será o futuro para o seu negócio, e conseguir implementar seus sonhos.

**Saber tomar decisões:** saber tomar a decisão certa na hora certa, principalmente em momentos difíceis, implementando rapidamente suas decisões, sendo isso um fator indispensável para o seu sucesso.

**Fazer a diferença:** transformar ideias em algo concreto e saber agregar valor aos serviços e produtos colocados no mercado.

**Explorar o máximo de oportunidades:** para os empreendedores os grandes negócios são gerados através das idéias que todos conseguem ver, mas não enxergam algo prático para torná-las em oportunidades, pois um bom empreendedor é aquele que inova e consegue identificar uma oportunidade no mercado, sendo um indivíduo curioso, identificador e atento às informações.

**Determinação e dinamismo:** são características essenciais ao comprometimento, superação de adversidades, ultrapassar obstáculos, inconformismo com a rotina.

**Dedicação:** dedicação de 100% de seu tempo ao seu negócio, ser um trabalhador exemplar, mesmo quando encontrar obstáculos pela frente, ter energia para continuar, ser incansável e dedicado ao trabalho.

**Otimismo e paixão pelo que faz:** adorar o trabalho que realiza, ter paixão é o combustível para manter animação e autodeterminação, isso faz com que venda cada vez mais seus produtos e serviços. O otimismo faz com que o empreendedor tenha visão de seu sucesso e não do fracasso.

**Independência e direção do destino:** querer ser dono do próprio negócio, ser independente, determinar seus próprios passos, ser patrão e gerar empregos.

**Autoconfiança:** acreditar em si mesmo é fundamental para valorizar seus próprios talentos e defender suas opiniões. Assim, esse tipo de empreendedor costuma arriscar mais.

**Coragem:** sem temer fracasso e rejeição, um empreendedor faz tudo o que for necessário para ser bem sucedido. Essa característica não impede que sejam cautelosos e precavidos contra o risco, mas os faz entender a possibilidade de falhar.

**Ser líderes e formadores de equipe:** saber que para obter sucesso precisa de uma equipe competente, tendo assim um senso de liderança incomum, recrutar as melhores cabeças e conseguir montar um time, sabendo valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los.

De acordo com um trabalho desenvolvido pelo Sebrae, o Empretec desenvolveu algumas características de um empreendedor de sucesso, baseado em estudos da ONU.

**Busca oportunidades e toma a iniciativa:** o empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado, age para expandir o negócio, aproveita as oportunidades novas para começar um negócio.

**Corre riscos calculados:** avalia as alternativas, age para controlar os resultados, toma riscos moderados.

**É persistente:** o empreendedor age diante de um obstáculo significativo, assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.

**É comprometido:** faz sacrifício pessoal para completar as metas que foram determinadas, se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do curto prazo. Características relativas ao planejamento: 6-Busca de informações: está sempre buscando novos métodos e novas informações para aprimorar o serviço.

**Independência e Autoconfiança:** o empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros, mantém seu ponto de vista, expressa confiança na sua própria capacidade de enfrentar um desafio.

### 1.3.2 Tipos de Empreendedores

Não existe um único tipo de empreendedor ou modelo-padrão que possa ser identificado. Esse fato mostra que qualquer um pode tornar-se empreendedor.

Dessa forma, no Quadro a seguir são apresentados os tipos de empreendedores mais comuns e mais citados pelos autores.

**Quadro 2.** Tipos de Empreendedores.

Informal	Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro.
Cooperado	Este tipo costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, trabalho em equipe é primordial. Sua meta é crescer até poder ser independente. Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e tem um baixo risco.
Individual	Este é o empreendedor informal que se formalizou através do Microempreendedor Individual (MEI) e começa a estruturar de fato uma empresa. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas.
Franqueado e Franqueador	Muitos desconsideram o franqueado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquía deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. O franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca.
Social	A vontade de fazer algo bom pelo mundo aliada ao desejo de ganhar dinheiro move este empreendedor. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.
Público	O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.
Do conhecimento	Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.

Do negócio próprio	Este é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato e o serial.
--------------------	--

**Fonte:** Adaptado de Zuini (2014).

Segundo Zuini (2014, p. 2) “cada um tem seus motivos para empreender, as variações são grandes e esses são os nove tipos de empreendedores mais comuns no Brasil”.

A seguir serão apresentados os tipos de empreendedores de acordo com Dornelas (2008):

**1 - O Empreendedor Nato ou Mitológico:** Este são o mais conhecido, geralmente são os mais aclamados, muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios, suas histórias são brilhantes e começam a trabalhar jovens e adquirem habilidades de vendas e negociação. Em países ocidentais, esses empreendedores natos são, em sua maioria, imigrantes ou seus pais e avós o foram. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmos acabam por se tornar uma grande referência. Se você perguntar a um empreendedor nato quem ele admira será comum lembrar da figura paterna/materna ou algum familiar mais próximo ou, em alguns casos, não haver algum exemplo específico para citar. Exemplos: Bill Gates, Andrew Carnegie, Sílvio Santos, Irineu Evangelista de Souza (Barão de Mauá) etc.

**2 - O Empreendedor que Aprende (Inesperado):** Este tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que se deparou com uma nova oportunidade que lhe apareceu e decidiu mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. É a pessoa que nunca imaginou em ser empreendedor, que só via como possível alternativa de carreira em grandes empresas. Até o momento que é convidado para fazer parte de alguma sociedade ou quando percebe uma oportunidade de criar o próprio negócio. É o caso de quando a “oportunidade bate à porta”. É o momento que se viu diante da oportunidade para de tomar uma decisão com receio de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver com as atividades de um negócio próprio (DORNELAS, 2005).

**3 - O Empreendedor Serial ou que Cria Novos Negócios:** É aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele, pois quer construir uma grande corporação.

Dornelas (2005) diz que o empreendedor serial é hábil e aproveita as oportunidades e não se contenta enquanto não as ver implantadas. É uma pessoa dinâmica, que gosta de desafios e adrenalina de criar algo novo, ao invés de assumir a postura de um executivo que lidera grandes equipes.

Normalmente é atento a tudo que acontece ao seu redor e adora participar de eventos, associações, conversar com as pessoas. Uma expressão que define bem esse tipo é: “tempo é dinheiro”. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não se sente satisfeito enquanto não as ver implementadas. As vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e é normal ter várias histórias de fracasso. O que sempre serve de estímulo e superação para o próximo desafio (DORNELAS, 2005).

**4 - O Empreendedor Corporativo:** Tem tido mais evidência nos últimos anos, devido à necessidade das organizações se renovar, inovar e criar novos negócios. Geralmente são executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas corporativas. Trabalham com foco nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e são desafiados a lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão total poder para agir. Em contrapartida, faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendem suas ideias. Adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis e não se contentam em ganhar o que ganham. “Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no começo, já que são acostumados com o acesso a recursos e regalias do mundo corporativo” (DORNELAS, 2005).

**5 - O Empreendedor Social:** Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Esse se envolve em causas humanitárias, tem um desejo imenso de mudar o mundo e cria oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Tem papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial, principalmente em países como o Brasil que estão em desenvolvimento. São os únicos que não buscam desenvolver um patrimônio financeiro, pois não tem como objetivos principais ganhar dinheiro. Prefere partilhar recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas e do ambiente em que vive (DORNELAS, 2005).

**6 - O Empreendedor por Necessidade:** Cria o próprio negócio por falta de alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Só o resta a opção de trabalhar por conta própria. Se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para países em desenvolvimento, pois apesar da iniciativa, trabalhar duro e buscar de todas as formas sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Suas iniciativas são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento.

**7 - O Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar:** Desde cedo tem a missão de levar a frente o legado de sua família. Muitos impérios nos últimos anos foram construídos por famílias empreendedoras que permaneceram o legado, e empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países. Porém, recentemente, tem ocorrido a profissionalização da gestão de empresas familiares, através de contratação de executivos de mercado para administrar a empresa e não necessariamente assumindo cargos executivos. O desafio desse empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. O que tem sido cada vez mais difícil. “Este aprende a arte de empreender com a família, e geralmente segue seus passos” (DORNELAS, 2005).

**8 - O “Normal” (Planejado):** O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado.

#### 1.4 EMPREENDEDOR FORMAL E INFORMAL

Há variadas formas de ser empreendedor, que basicamente se divide em ser formal ou informal. Tendemos a entender que é legal ou ilegal.

##### 1.4.1 Empreendedor Informal

Embora não seja um crime de grandes consequências, o empreendedor informal esbarra na questão da legalidade, trabalha sem registro e, conseqüentemente, sem o pagamento de tributos sobre suas rendas, principalmente no que se refere ao pagamento de tributos.

#### a) Vantagens do Empreendedor Informal

A única vantagem de atuar de forma informal é não ter que arcar com tributos, como uma empresa formalizada faz mensalmente. Porém as multas e restrições que esta pessoa pode sofrer, não deixa que tal economia seja propriamente dita, uma vantagem, pois existem muitos riscos.

#### b) Desvantagens do Empreendedor Informal

Ser informal acarreta numa série de restrições. Como o negócio não é registrado formalmente, o empreendedor não tem como ter acesso a serviços de crédito, afinal não há como comprovar sua atividade ou renda. Daí a dificuldade em adquirir empréstimos para investimento do seu negócio.

Além do mais, o empreendedor que atua na informalidade geralmente não contribui com a Previdência Social (INSS). Isso lhe impede de ter acesso aos benefícios, como Aposentadoria, Aposentadoria por Invalidez, Auxílio Doença e/ou Auxílio Maternidade.

### **1.4.2 Empreendedor Formal**

O formal que é aquele em que há uma constituição de Pessoa Jurídica, ou seja, em que uma ou mais pessoas constituem uma empresa, com registro na Junta Comercial ou Cartório, e então o formalizam na Receita Federal para emissão do CNPJ, bem como nas Fazendas Estaduais e Municipais, e com isto, mediante o seu faturamento mensal, ocorre o tributos que são exigidos em lei. Um empreendimento formal pode ser um MEI – Microempreendedor Individual, uma Micro ou Pequena Empresa, que pode ser optante por regimes tributários como SIMPLES NACIONAL, Lucro Real ou Lucro Presumido.

#### a) Vantagens do Empreendedor Formal

Ela existe documentalmente e fisicamente. Isso lhe permite planejar crescimento, contratação de pessoal, acesso aos serviços de crédito, participar de concorrências e dentre outras rotinas que não são possíveis a um negócio informal.

#### b) Desvantagens Empreendedor Formal

A desvantagem de se ter um negócio formal é que ele gera custos mensais com tributos, pessoal ou taxas. Por tanto são gastos que fazem parte do cotidiano de qualquer empresa e se o

empreendedor busca o crescimento de seu negócio é fundamental que ele se formalize para poder expandir.

No mais, formalizar é o melhor caminho para o empreendedor que assegura o desenvolvimento do seu negócio.

## 1.5 POLÍTICAS DE INCENTIVOS À PRÁTICA EMPREENDEDORA

Höfling (2001) considera as políticas públicas como um processo de implantação de um projeto de governo através de programas e ações, envolvendo diversos órgãos e agentes tanto do governo quanto da sociedade de maneira geral. O ponto de vista da política pública social, explica como o Estado interfere nas relações sociais buscando diminuir desigualdades sociais causadas pelo modelo econômico vigente.

Baseado no modelo de Lundstron e Stevenson (2005) que parte de uma análise da literatura sobre políticas públicas de empreendedorismo, do qual os resultados apontam que os esforços e ações governamentais giram em torno de categorias.

Para maior compreensão, serão discriminadas as tais categorias no qual se trata:

### 1.5.1 Promoção da Cultura Empreendedora

A promoção da cultura empreendedora diz respeito às ações que visam criar um ambiente que valorize o empreendedorismo, certificando maior visibilidade ao empreendedorismo perante a sociedade a fim de propagar a prática empreendedora. Esse estímulo permite encorajar que mais pessoas optem pelo empreendedorismo e criar novos negócios.

Conforme, Vieira, Oliveira e Pereira (2012) ressaltam que a promoção do empreendedorismo pode estimular a melhor exploração de oportunidades de negócio, através do fortalecimento de ações que fortifique a visão empreendedora. Conforme os resultados do estudo destes autores, as ações voltadas à promoção do empreendedorismo permitem aos empreendedores que melhor se estabeleçam no mercado e região de maior desenvolvimento.

De acordo com isso, a forma como a sociedade ver o empreendedorismo e como o governo se articula a favor da formação de uma boa aparência quanto à prática empreendedora, exerce influência direta no grau de empreendedorismo de uma localidade e no quanto a atividade empreendedora é como prática profissional.

### **1.5.2 Educação Empreendedora**

A categoria educação empreendedora, diz respeito à inclusão do empreendedorismo no sistema educacional. Entre as ações que combinam nesta categoria pode-se destacar como exemplo: ajudar os estudantes a formarem competências e habilidades empreendedoras; introduzir o conceito de empreendedorismo no currículo de todos os níveis escolares, com intuito de fazer com que o empreendedorismo seja considerado como carreira desde o ensino básico; e recrutar professores para participarem de maneira colaborativa no ensino do empreendedorismo, estimulando-os a atuarem junto aos alunos na formação de competências e habilidades empreendedoras (LUNDSTRÖN; STEVENSON, 2005).

Essas ações permitem tornar o empreendedorismo uma prática comum à sociedade desde sua base educativa, assim como com as demais profissões, dando, maior prestígio à prática empreendedora, e auxiliando na formação de possíveis futuros empreendedores.

Pereira e Machado (2013), através de suas pesquisas fortalecem que a disseminação da cultura empreendedora pode ser importante desde cedo, uma vez que na escola é possível auxiliar na formação de competências e habilidades que serão úteis na prática empreendedora no futuro ou na melhor visualização da prática empreendedora pela sociedade.

### **1.5.3 Barreiras de Entrada e de Saída**

A categoria barreiras de entrada e saída trata da diminuição de barreiras legais e fiscais que possam dificultar a atividade empreendedora. Tais barreiras exercem forte influência nos micro e pequenos empreendimentos e no empreendedor de maneira geral, porém estes não conseguem muitas vezes se manterem com altas cargas tributárias, enfrentam forte pressão do mercado e não dispõem de recursos financeiros necessários para traçarem algumas ações relevantes ou melhor atuarem diante dos aspectos legais e fiscais que recai sobre o negócio.

Dentre os objetivos destacados no modelo de Lundström e Stevenson (2005) para a categorização das políticas públicas de empreendedorismo, estão: facilitar os critérios e requisitos de entrada de empresas, visando aumentar o número de novos entrantes no mercado; aumentar as oportunidades de mercado para novas empresas; diminuir o peso da saída e o estigma de fracasso, a fim de incentivar o empreendedor a apostar em seu negócio; reduzir a carga regulatória para iniciantes e novas empresas; diminuir os custos de mão de obra e aumentar a flexibilidade; reduzir a carga administrativa decorrente de novas regras para pequenas empresas existentes; reduzir a carga tributária; facilitar a transferência de posse de

empresas familiares; estimular investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D); e simplificar a declaração de impostos.

Acerca da importância desses aspectos. Embora que o Brasil ocupe a 8<sup>o</sup> posição na economia mundial. As barreiras fiscais e legais do Brasil fazem com que os empreendedores tenham dificuldade em atuarem no comércio exterior e conquistarem maior expressão e no negócio, além de servirem como fatores impeditivos ao crescimento e desenvolvimento do país.

#### **1.5.4 Financiamento**

As políticas de financiamento tratam da disponibilização de recursos financeiros que possam impulsionar o empreendedorismo. Os objetivos que versam a categoria financiamento no modelo de Lundström e Stevenson (2005), são: melhorar o acesso a financiamentos para todos os grupos de empreendedores, em todos os estágios de desenvolvimento do negócio, especialmente nos estágios iniciais; reduzir riscos e custos de empréstimos às pequenas empresas; alavancar investimentos do setor privado; aumentar a oferta de capital de risco e investidores anjos.

O impacto de tais ações para o empreendedorismo pode ser exemplificado mediante o estudo realizado por Lopes *et al.* (2011), em que os autores analisaram a importância do financiamento concedido pelo Banco da Gente, que disponibiliza linhas de financiamento específicas para pequenos empreendimentos e para os microempreendimentos.

Franco (2014) afirma que um dos elementos que contribui para o crescimento do microcrédito é a confiabilidade que os bancos depositam nas pessoas, distribuindo oportunidades de investimento com financiamentos de longo prazo.

Com base nisso as demandas por empréstimo cresce impulsionando o impacto social, fazendo com que a população de baixo poder aquisitivo possa se beneficiar desses financiamentos oferecidos e, por consequência, gerando mais investimentos e lucros.

#### **1.5.5 Suporte ao Empreendedor**

As políticas categorizadas como de suporte ao empreendedor dizem respeito a informações e ações de capacitação e consultoria que permitam ao empreendedor maior domínio de suas atividades. Tal dimensão é definida pelos objetivos dispostos no estudo de Lundström e Stevenson (2005): reduzir assimetrias de informações; melhorar o alcance de serviços de informações e aconselhamento para cada estágio de desenvolvimento da empresa;

melhorar a qualidade dos serviços para iniciantes; e atender às necessidades das pessoas em diferentes estágios de desenvolvimento.

De acordo com, Baron e Shane (2006), a maior causa da mortalidade de micro e pequenos empreendimentos em todo o mundo está direcionada a problemas gerenciais, principalmente a problemas na capacidade do empreendedor de conduzir o seu negócio.

### **1.5.6 Infraestrutura Pública**

A categoria infraestrutura pública agrupa as políticas que visam desenvolver infraestrutura que sirva para o auxílio e alavancagem de novos negócios. Dentre os componentes desta dimensão estão obras ou disponibilização de serviços relacionados a estradas, telecomunicações, energia, segurança, mão de obra qualificada, reformas e ampliação.

Segundo o documento do MDIC (2012), as ações referente à infraestrutura objetiva garantir maior possibilidade de desenvolvimento da prática empreendedora, criando um cenário adequado e acessível ao desenvolvimento de novos negócios e negócios já existentes.

### **1.5.7 Tecnologia e Inovação**

A categoria tecnologia e inovação trata de políticas que têm por objetivo explorar a inovação e as tecnologias que surgem como via de desenvolvimento para os empreendimentos, articulando ações que permitam ao empreendedor melhor desenvolver o seu negócio ou buscar novas perspectivas.

De acordo com o documento do MDIC (2012) no que assemelha a essa característica, estão: fazer com que a inovação sirva como segmento de desenvolvimento local; disponibilizar bolsas de extensão tecnológica que permitam maior inclusão na área e pesquisadores nas empresas; multiplicar os investimentos do governo em inovação; conceder meios para viabilizar projetos inovadores na pós-graduação e na extensão; valorizar o intra-empendedorismo como gerador de inovação; valorizar a cultura e especificidades tradicionais de grupos ou localidades, por meio de inovações que favorecem as potencialidades já existentes; e valorizar empreendimentos relacionados ao uso sustentável da biodiversidade.

Póvoa (2011), diz em sua análise que a inovação constitui um importante motor de desenvolvimento e promoção social, sendo uma importante via de ação do governo frente aos empreendimentos. Dentre o conceito do autor, às políticas de inovação existe uma aproximação entre estudo e mercado e exploração da inovação, além das cinco perspectivas apontadas

mediante a análise das práticas da OCDE: “maior integração entre os agentes do sistema de inovação; maior foco na promoção do empreendedorismo; novas formas de governança das políticas de inovação; ênfase na formação de talentos; e concentração de esforços para a superação de desafios globais” (PÓVOA, 2011, p. 133).

## 1.6 DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO

Diante das dificuldades em que a sociedade vive perante a escassez de emprego formal e a economia em baixa, muitos vivem em situações de necessidades e, ações são tomadas para assegurar a sustentabilidade familiar. Muitos pais de família que não tem algum tipo de renda buscam de alguma forma oportunidades para investir em pequenos negócios e garantir o sustento da família.

Segundo com os dados divulgados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a taxa de desocupação no país foi de 14,7% no trimestre fechado em abril, 0,4 ponto acima do trimestre anterior, encerrado em janeiro de 2021 (14,2%). Isso demonstra que o número de desempregados teve alta de 3,4%, com mais 489 mil pessoas desocupadas. Significa que, 14,8 milhões de pessoas estão em busca de trabalho.

Na comparação com o trimestre fechado em abril de 2020, quando foram observados os primeiros efeitos da pandemia, o mercado de trabalho ainda registra perdas de trabalhos formais, mas num ritmo menor.

O empreendedorismo no Brasil e no mundo têm um aspecto social e um corporativo ou econômico. Assim, existem duas razões fundamentais para empreender:

**Oportunidade:** desenvolve-se um serviço ou produto a partir da constatação de uma demanda social;

**Necessidade:** é o tipo mais comum de empreendedorismo no Brasil. Ocorre quando pessoas resolvem realizar um investimento em um novo negócio devido à falta de oportunidades de trabalho no mercado formal.

Empreendedorismo é o quarto maior sonho entre os brasileiros segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) divulgada pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). O item fica atrás apenas de comprar um imóvel, um carro ou viajar. Com a chegada da pandemia de covid-19 no ano anterior, a instabilidade no cenário econômico impulsionou uma onda de novas formas de empreender.

Ainda de acordo com o contexto, a taxa de empreendedorismo no Brasil bateu recorde, apresentando o maior número de novos autônomos nos últimos 20 anos. Foi observado também

que aproximadamente 25% da população adulta do país apostou nesse formato de trabalho neste período.

Diante disso o empreendedorismo demonstra que é importante no desenvolvimento da sociedade diante da geração de empregos e na expansão econômica. O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país. A criação ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e um crescimento na economia de um país (CARVALHO, 2013).

De acordo com o SEBRAE, para promover o desenvolvimento municipal, o poder executivo deve dar atenção especial aos pequenos negócios. São eles que geram emprego, renda e arrecadação. Também são responsáveis pela retenção de riqueza no município e garantem a qualidade de vida para a população.

Para tanto o empreendedor deve agir de forma conjunta para desenvolver relações dentro e fora da empresa e utilizar da sua sociabilidade para conquistar seus objetivos.

Diante da contribuição de Poster (1992) o empreendedorismo tem uma importante contribuição no desenvolvimento econômico, pois, introduz inovações tanto nos produtos quanto nos processos de produção e execução de serviços, ou seja, eleva o aumento da competitividade e o fortalecimento econômico.

Porém, Smith (1776), diz que o desenvolvimento econômico é a riqueza de um país. Portanto é composto a partir do trabalho produtivo com aumento dos investimentos em capitais produtivos, a qualificação da mão de obra e a divisão do trabalho. Para Vieira (2009) o desenvolvimento econômico é o crescimento acompanhado pela melhora das condições de vida da população.

De acordo com o Lewis (1960) o desenvolvimento econômico é a quantidade de riqueza e/ou da disponibilidade de bens e serviços. O assunto desperta interesse tanto no meio acadêmico quanto no político. Ambos buscam maneiras que incentivem o desenvolvimento econômico juntamente com o desenvolvimento tecnológico e social.

Com as mudanças tecnológicas e comportamentais, produtos e serviços estão sendo substituídos por maneiras mais eficientes de trabalho. Portanto, não são todas as empresas que conseguem acompanhar a geração da nova Economia. Quando algumas empresas não conseguem se adaptar, estas acabam perdendo seu espaço no mercado. Por isso, é importante compreender o empreendedorismo, estudar o tema profundamente para que a ideia seja essencial para a sobrevivência e competitividade no mercado.

O novo empreendedor deve obter além do seu espírito empreendedor conhecimento e formação necessária para que crie seu negócio diante do aprendizado teórico-prático como instrumento de gestão com intuito de obter sucesso no seu negócio.

De com a análise de Drucker (1987) as pequenas novas empresas possuem pontos distintos. Portanto é, para se tornar empreendedor, uma empresa tem que ter características específicas, além de ser nova.

Na década de 90 o SEBRAE criou um projeto “empretecos” denominados indivíduo munido de desejo e ousadia de inovar e progredir, que proporcionou apoio através de cursos, pós-graduação, palestras, seminário, entre outros, administração, gestão de negócios, gerenciamento administrativo e financeiro, ferramentaria, Marketing, operação de máquinas, logística, vendas, voltado nas áreas de conhecimento para o fomento do empreendedorismo nacional. Esses esforços empresariais e educacionais resultaram num considerável crescimento do empreendedorismo.

Um estudo do SEBRAE 2016 a 2020- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, mostra que são criados mais de 1,2 milhão de novos empreendimentos de carteira assinada a cada ano, sendo que 99% destes são micro e pequenas empresas e empreendedores individuais, no Brasil existe algo em torno de 52 milhões de empreendedores atuantes em diversos modelos de negócios e de empresas nos diferentes setores da economia. O que equivale a uma Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) de 38%, com tendência de grande crescimento nos próximos anos e nas próximas décadas.

Esses dados demonstram que é fundamental investir em algo novo para usufruir tudo o que o empreendedorismo escolhido pode lhe oferecer para sua realização profissional, financeira e pessoal.

## CAPÍTULO II – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

### 2.1 NATUREZA DA PESQUISA

A natureza da pesquisa caracterizou-se como quantitativa, permitindo-se avaliar o fenômeno de forma indutiva, ou seja, do particular para geral, emitindo conceitos sobre o objeto estudado. Sabe-se que quantitativo é tudo que pode ser mensurado em números, classificados e analisados, utilizando técnicas estatísticas.

De acordo com Richardson (1989), este método é caracterizado pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de reunir informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas e, é frequentemente usado nos estudos descritivos (aqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis), os quais propõem averiguar “o que é”, ou seja, a descobrir as características de um fenômeno como tal.

### 2.2 QUANTO AOS FINS

Neste trabalho utilizou-se de uma pesquisa exploratória, visando obter informações de maneira não probabilista do empreendedor analisado. Segundo Marcone et al (2009) a pesquisa exploratória:

São investigações de pesquisa empírica, ou seja, baseado em experiência ou prática, cujo objetivo é formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para realização de uma futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

A pesquisa exploratória é utilizada quando o pesquisador tem poucas informações sobre o assunto, geralmente orientados pela descoberta (HAIR, *et al*, 2005).

### 2.3 QUANTO AOS MEIOS

Esta pesquisa enquadra-se como pesquisa de campo, pois o pesquisador dirigiu-se ao pesquisado como maneira de aplicar os métodos para interpretar o assunto estudado.

A pesquisa de campo é aquela utilizada com objetivo de obter informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para qual procura uma resposta, ou de uma

hipótese que seria comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou a relação entre eles (MARCONE et al, 2009).

## 2.4 UNIVERSO

O objeto de estudo são os empreendedores de diversos ramos de Benjamin Constant, onde analisamos o incentivo para se criar um negócio e como ela impacta na economia local.

## 2.5 AMOSTRAGEM

Realizou-se uma pesquisa por amostragem não probabilística. Sendo que “amostragem é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (MARCONE, et al, 2009). Para Hair Jr. (2005):

Na amostragem não probabilística, a seleção de elementos para a amostra não é necessariamente feita com objetivos de ser estatisticamente representativa da população. Ao contrário, o pesquisador usa métodos subjetivos, tais como sua experiência pessoal, convivência, conhecimento especializado etc., para selecionar os elementos da amostra.

Desta forma, obteve-se resultados satisfatórios, proporcionando uma compreensão do processo de adoção como fator estratégico, em organizações que possui peculiaridades diferentes do restante do país.

Desta maneira, entrevistou-se 15 (quinze) empresas atuantes na cidade de Benjamin Constant, interior do Estado do Amazonas, localizado na microrregião do Alto Solimões, que faz fronteira com a cidade de Islândia pertencente à República do Peru. Com a distância de Manaus 1 118 km em linha reta, sendo que a distância via transporte fluvial é de 1 638 km, subindo o rio Solimões e o rio Javari.

O desenvolvimento desta pesquisa foi realizado em diversas áreas da cidade do município de Benjamin Constant, no Estado do Amazonas, tendo como objeto de estudo a importância dos empreendedores locais para o desenvolvimento social e econômico da cidade.

## 2.6 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

A técnica utilizada foi o questionário estruturado, “[...] onde constam as perguntas e as escalas onde serão apresentadas aos empreendedores ou os itens que serão observados” (ACEVEDO & NOHARA, 2007).

Neste tipo de instrumentos, as questões foram comentadas pelo pesquisador durante as informações obtidas, e as possíveis respostas serão copiadas e transcritas.

No tratamento de dados, para tabulação dos indicadores recolhidos após as pesquisas com aplicação do questionário, foram organizados, recebendo tratamento quantitativo gerando informações precisas para tabulações escritas necessárias para melhor compreensão dos resultados obtidos através da utilização do Excel e Word 2013 e, celular para registro do local pesquisado.

### **CAPÍTULO III - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

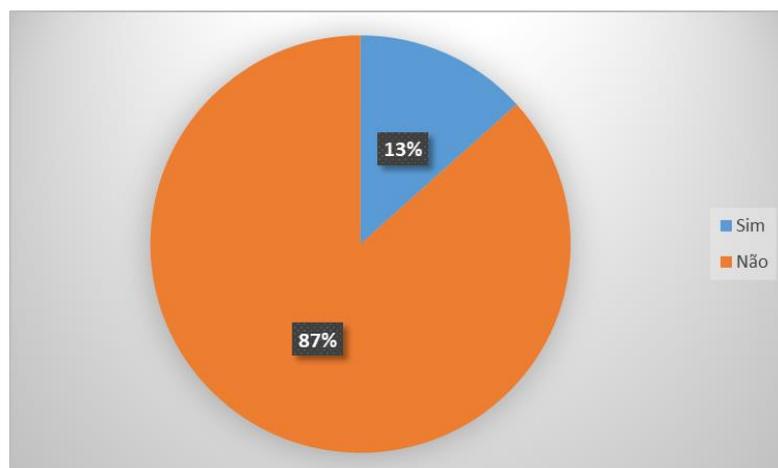
Neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados obtidos na pesquisa de campo por meio do questionário estruturado e do procedimento da observação, que foi aplicado nos empreendedores do município de Benjamin Constant - AM, com a participação e colaboração de 15 empresários e todos formalizados, ou seja, funcionam de maneira legal. Os resultados serão demonstrando em gráficos em formato de pizza e colunas para melhor interpretação e compreensão das informações. De acordo Marconi e Lakatos (2003, p. 231), a interpretação dos resultados é a parte mais importante do trabalho.

O Empreendedorismo se apresenta como um dos mais importantes meios de desenvolvimento econômico, ou seja, é o espaço onde ocorre um fluxo econômico contribuindo na geração de emprego e renda.

Nessa seção é sobre a iniciativa pública ou privada que visam criar um ambiente que valorize mais o empresário dando-lhe mais importância perante a sociedade na cidade de Benjamin Constant.

Na região em que vivemos percebe-se que o meio empreendedor é pouco valorizado pelo poder público ou privada, que por meio de estudos e pesquisas constatou-se que 87% dos pesquisados não percebe nenhuma participação pública que contribuem para sua visibilidade ou importância na sociedade e, 13% percebe que existe uma iniciativa pública que valorize seu negócio.

O gráfico 1 demonstra diante das pesquisas em campo a porcentagem de como poder público visibiliza o empreendedor, onde nos remete ao conhecimento onde a maioria percebem pouca valorização do poder público.

**Gráfico 1.** Visibilidade/Valorização pelo Poder Público.

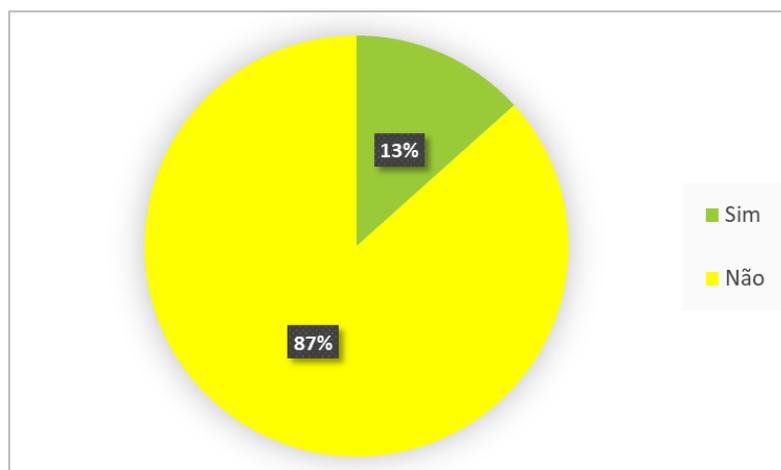
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

Em um momento de escassez de empregos, é essencial a presença de instituições que tenham como meta fomentar a economia, gerando oportunidades e aumento de renda para as famílias. Embora, os empreendedores têm uma grande relevância para o desenvolvimento econômico, no qual as micro e pequenas empresas contribuem para a arrecadação e a criação de emprego, proporcionam a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

De acordo com a pesquisa realizado com os empresários de Benjamin Constant o empreendedorismo vem sendo pouco representado nas escolas, exceto na Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Instituto de Natureza e Cultura – INC. A educação empreendedora é um fator importante para o preparo de alunos ou indivíduos para conhecimentos de negócios, e que deve ser incluída na grade curricular na rede de ensino municipal e estadual para preparar os cidadãos para o mercado de trabalho e, formar pessoas conscientes que possam contribuir como agentes de mudança na sociedade, assim, quando chegarem ao mercado, os estudantes poderão aplicar seus conhecimentos não só como empreendedores, mas também como autônomos, empregados ou servidores públicos. Na avaliação de Lourenço e Paiva, (2010), a educação empreendedora tem um fator importante como:

Formar indivíduos capazes de identificar e aproveitar as oportunidades buscando e gerenciando recursos de modo a transformar oportunidades em negócios onde esse negócio não está relacionado apenas ao mundo administrativo, mas sim em todas as áreas do desenvolvimento e ações humanas.

O gráfico 2 demonstra através das pesquisas a diferença dentre os pesquisados que percebem a falta de educação empreendedora nas escolas. No mais, pra essa maioria é um fator importante para desenvolvimento educacional e profissional do cidadão.

**Gráfico 2.** Ações empreendedoras nas escolas.

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

A pesquisa em campo mostrou que grande maioria dos empresários de Benjamin Constant não percebe nenhuma ação empreendedora nas escolas que possam estimular o aluno a se tornar um futuro empreendedor, assim, desenvolver habilidades que os tornará aptos ao ingressar no mercado de trabalho, analisar problemas, propor soluções inovadoras e crescer profissionalmente, seja criando seu próprio negócio ou dentro de uma empresa, “deve-se estar atento ao fato de que saber ensinar não é transferir conhecimentos, mas criar as possibilidades para sua própria produção ou construção”. (FREIRE, 2002, p.52).

O gráfico 3 demonstra que grande parte dos pesquisados assumem dificuldades de impulsionar seu negócio pela não diminuição de barreiras fiscais imposta pelo estado, que na aquisição de mercadorias pagam imposto (ICMS) muito alto, e o valor do frete que também é alto variam de acordo com as quantidades mercadorias adquiridas ao fornecedor, que pela distância entre a capital Manaus e o município Benjamin Constant que são 1.118 km em linha reta, sendo que a distância via transporte fluvial é de 1.638 km, subindo o rio Solimões e o rio Javari contribui pela alta do valor do frete como mostra a Figura 1.

**Figura 1.** Vista de satélite da hidrovia do Rio Amazonas Manaus/Benjamin Constant.

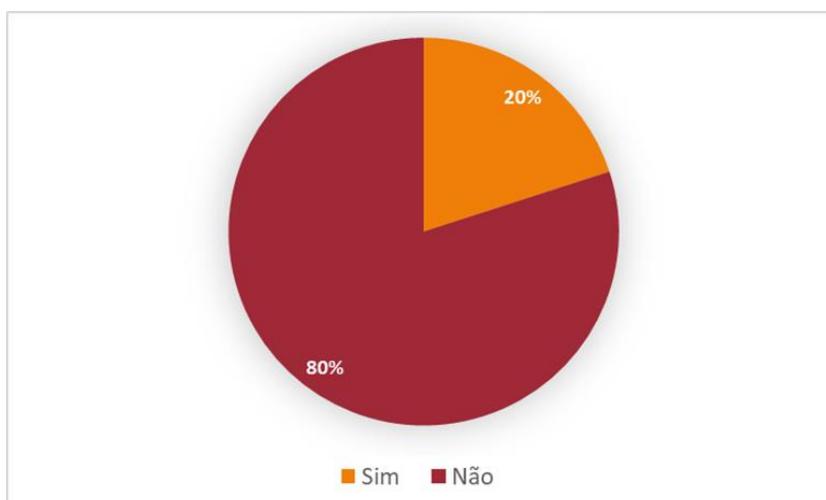


**Fonte:** Google Earth (2021).

As barreiras comerciais podem ser definidas como, qualquer medida, lei, regulamento, política ou prática governamental que imponha restrições ao comércio exterior (Ministério da Economia, 2019).

Um dos fatos negativos é referente aos comércios estrangeiros, que segundo o relato de alguns empresários, esses comerciantes não passam por uma restrição fiscal o que os favorecem na competitividade de preços para com os comerciantes locais. Abaixo o gráfico 3 demonstra o resultado da pesquisa de acordo com os dados.

**Gráfico 3.** Percepção de diminuição de barreiras fiscais.



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

Analisando o resultado obtido na pesquisa percebeu-se que 80% dos empreendedores brasileiros não identificam nenhuma diminuição de barreiras proposta pelo governo que

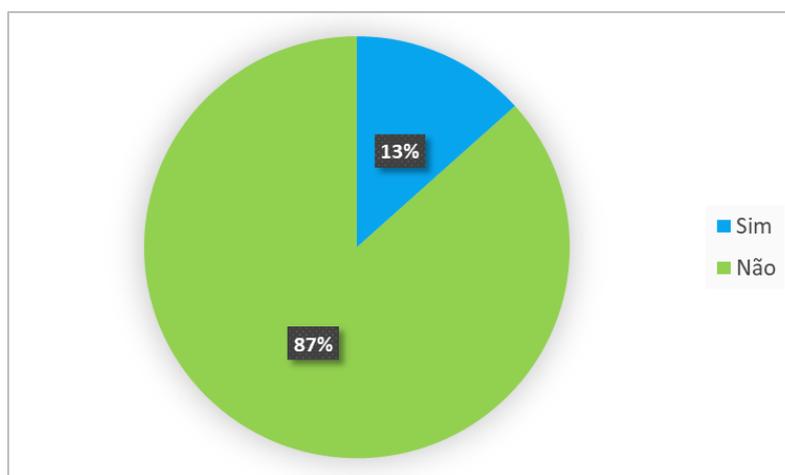
impulsione seus negócios e 20% destes empreendedores identificam um afrouxamento de barreiras fiscais. Essa minoria ressalta que por comprarem produtos brasileiros de poucas quantidades, a fiscalização não faz “vista grossa”, sendo assim, favorece no ingresso dos seus produtos.

O objetivo dessas barreiras é a proteção da economia do país, resguardando a indústria nacional e o emprego. No entanto nos tempos atuais, alguns países têm cada vez mais se utilizados das barreiras comerciais para fins protecionistas, prática proibida pela OMC.

As barreiras comerciais tarifárias são o tipo mais comum, e são todas aquelas que envolvem o pagamento de algum imposto, taxa ou tarifa.

O gráfico 4 demonstra o levantamento da pesquisa sobre a utilização pelos empresários de recursos financeiros fomentados pelo Estado. De acordo com os pesquisados, eles faziam uso de empréstimo no início do surgimento dos seus negócios que para abrir seus empreendimentos precisavam de recursos, e uma das formas encontradas era fornecimento de empréstimos oriundos de bancos de fomento e assim serviam para impulsionar suas atividades no mercado. Nos dias atuais 87% não fazem mais uso de recursos (empréstimos), funcionam com seus próprios investimentos através de suas reservas financeiras. Os outros 13% adquirem recursos para investimento dos seus negócios pelo fato que seus negócios ainda estão em fase de crescimento e o lucro da empresa são limitados, como mostra o gráfico 4 abaixo.

**Gráfico 4.** Utilização de Recursos Financeiros Fomentados Pelo Estado.



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

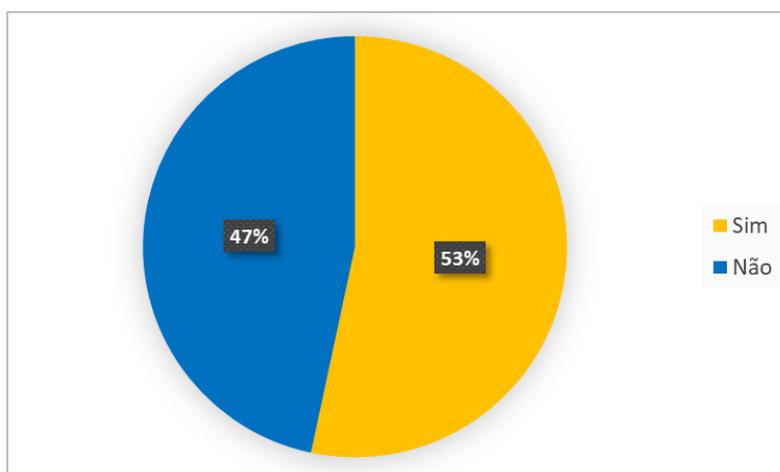
A Caixa e o SEBRAE assinaram um acordo para facilitar o acesso dos empreendedores a financiamento de capital de giro disponibilizada pelo banco e garantida pelo Sebrae por meio do Fundo de Aval direcionada a Micro e Pequenas Empresas (FAMPE). Sendo assim essa

parceria reforça o papel da CAIXA como banco de fomento e execução das políticas públicas de indução ao crescimento econômico e desenvolvimento do País, em especial apoio ao empreendedorismo, assim como o papel do SEBRAE, que é ser o agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas.

O Sebrae é agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, mas não é uma instituição financeira, por isso não empresta dinheiro. Articula (junto aos bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito) a criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

No levantamento através da pesquisa de campo mostrou-se que 53% tem apoio de instituições. O Sebrae tem dado grande apoio a micro e pequenas empresas a respeito a capacitação e consultoria, e mais ainda, de acordo com os empresários esse suporte tem servido positivamente ajudando-os a atingirem suas metas. De acordo com 47% dizem que não tem apoio de capacitação e procuram de maneira proativa capacitar seus colaboradores, pois estes contribuem diretamente na geração de receitas como mostra a gráfico 5.

**Gráfico 5.** Apoio em Capacitação ou Consultoria Público ou Privada.



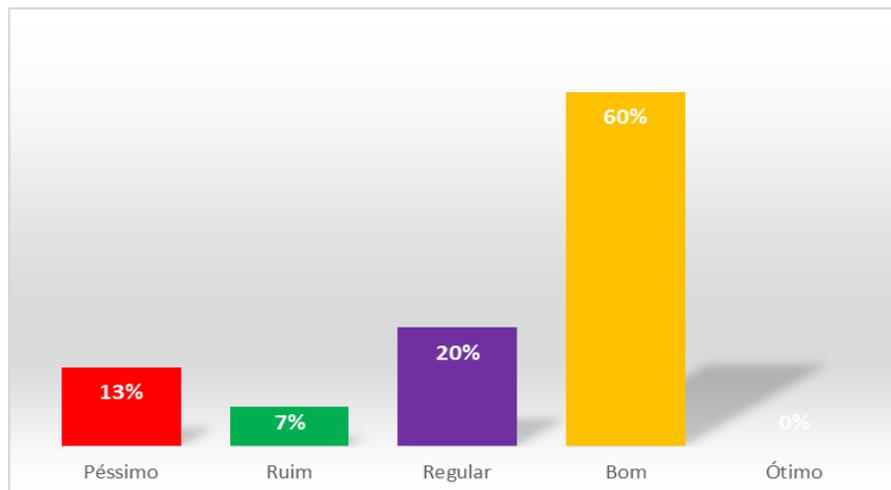
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

De acordo com maioria dos empresários a infraestrutura do nosso município apresenta-se em boas condições, pelo menos onde as empresas pesquisadas situam-se. Podemos dizer que a infraestrutura é o conjunto de elementos que estimula o desenvolvimento socioeconômico de

uma região o que influenciam no deslocamento de pessoas e mercadorias e também no processo produtivo do local, o que resulta no crescimento econômico.

Um ponto negativo relatado por um dos empresários é a falta de luminosidade durante a noite em alguns pontos urbanos onde comércios encontram-se. O que pode acarretar, de acordo com ele é a facilidade em ações de furtos por vândalos. Dessa maneira, sentem-se vulneráveis, e por esse motivo, tomam a decisão de contratarem seguranças, vigias e assim garantir a segurança tanto do seu negócio como a de seus clientes.

Outros afirmam que há falta de ação municipal para melhora de infraestrutura, como por exemplo, a drenagem. Pois, em dias de chuva intensa as ruas chegam a alagar, principalmente no centro da cidade o que dificulta na logística dos seus produtos e locomoção de seus clientes, causando baixo rendimento nas vendas, como demonstra o gráfico 6.

**Gráfico 6.** Avaliação da Infraestrutura ofertada pelo município.

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

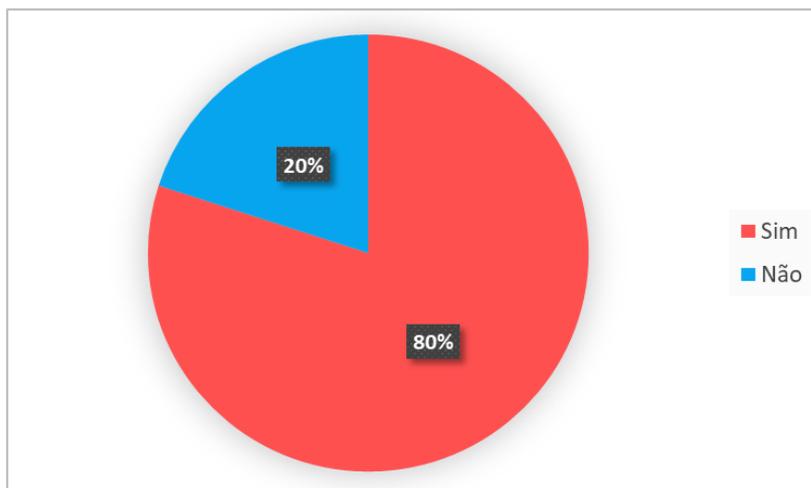
A infraestrutura tem uma relação direta no desenvolvimento econômico em qualquer canto do Brasil e do mundo. Desde então, a capacidade de atração de investimentos, o incentivo ao empreendedorismo, a geração de empregos e até a qualidade de vida da população estão diretamente relacionados com os elementos que compõem a estruturação socioespacial de uma localidade ou região.

Como demonstra o gráfico 7, através da pesquisa de campo os dados que foram levantados sobre o uso de tecnologia nas empresas pesquisadas de Benjamin Constant, tem-se que 20% ainda não são adeptos ao uso tecnológico nos seus negócios, e segundo os relatados é por falta de conhecimento.

Sabe-se que nos tempos atuais as pessoas estão cada vez mais conectadas em sites e redes sociais, e 80% dos empresários pesquisados disseram que adotaram essa nova tendência para facilitar a venda dos seus produtos como, redes sociais (Whatsapp, Facebook, Instagram, Sites). Outro fator que as empresas adotaram é o novo modelo de pagamento online, o chamado PIX, que o dinheiro cai direto na conta.

Perante a pesquisa observou-se que a tecnologia é um grande aliado para o desenvolvimento econômico e social do município, onde as pessoas podem acompanhar de perto novos lançamentos de produtos e até fazer compras sem sair de casa, acompanhar notícias, anúncios, etc.

**Gráfico 7.** Uso de Inovações Tecnológicas nos empreendimentos.

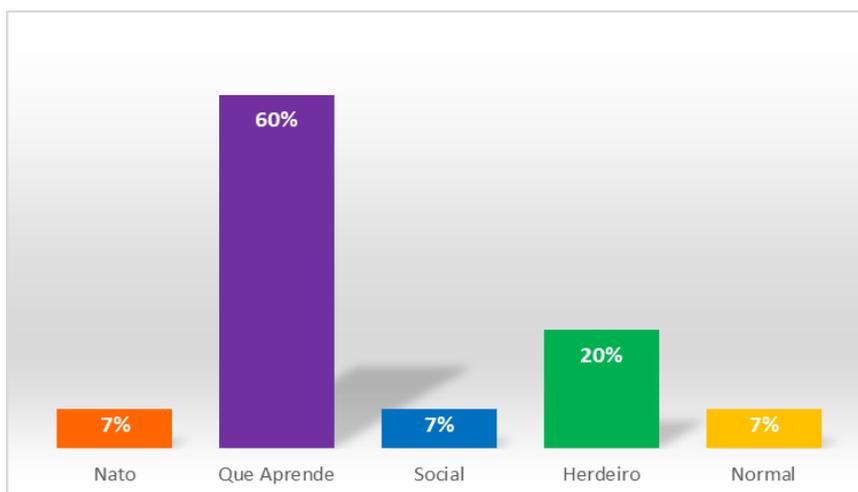


**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

Percebe-se que a maioria das empresas estão modernizando-se através das inovações tecnológicas, o que favorece a aproximação do seu público alvo. Saber o que desejam e quais são os seus hábitos de consumo é o fator principal para que uma empresa possa criar estratégias de venda. Hoje em dia, através das redes sociais, blogs, sites, é possível interagir com o público, conhecendo diversas características que facilitarão para tomadas de decisões adequadas para vender seus produtos. Vale lembrar que através das mídias sociais, é possível divulgar novos produtos do mercado, promoções de vendas.

É evidente que o uso da internet contribui para o desenvolvimento das empresas, por isso, o empreendedor que não procurar se atualizar a respeito das novidades tecnológicas, estará em desvantagem frente aos seus concorrentes.

O gráfico 8 demonstra os tipos de empreendedores de acordo com o levantamento da pesquisa de campo realizada em Benjamin Constant e o que os motivaram a abrirem seus negócios e competir no mercado de trabalho. De acordo com o site de busca ECONODATA, o município de Benjamin Constant conta com 1.025 empresas formalizadas nos mais diversos setores.

**Gráfico 8.** Tipo de Empreendedores.

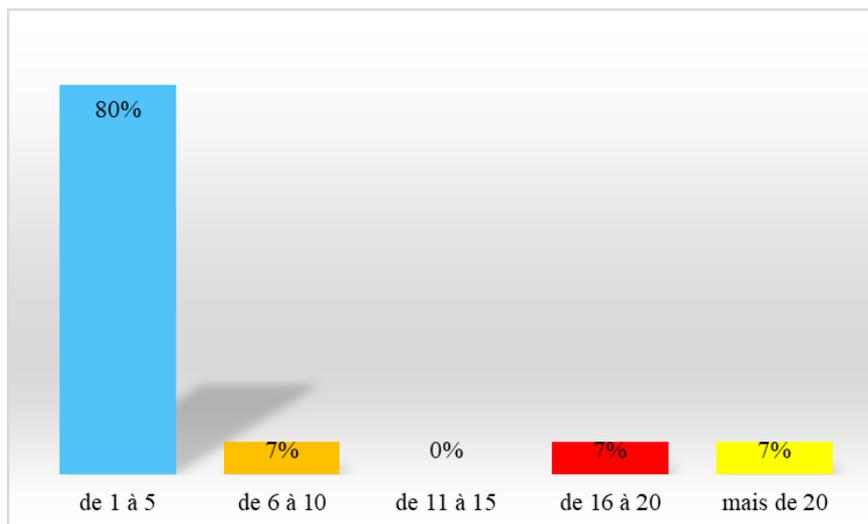
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

Percebe-se que a maioria dos empreendedores criaram seus negócios por que aproveitaram a oportunidade e decidiram arriscar em seus próprios empreendimentos, ou seja, são empreendedores que apreenderam com outros empreendedores. Alguns empresários relataram que antes de abrirem seus negócios eles trabalhavam em outras empresas, alguns até de família, e com o tempo foram aprendendo sobre gestão de empresas, e decidiram arriscar suas economias em um novo investimento de negócio.

Observa-se que 20% são empresários que levam em frente a empresa da família, ou seja, são os herdeiros, que continuam com o andamento da empresa criada pelos antepassados, como pai, avô, etc.

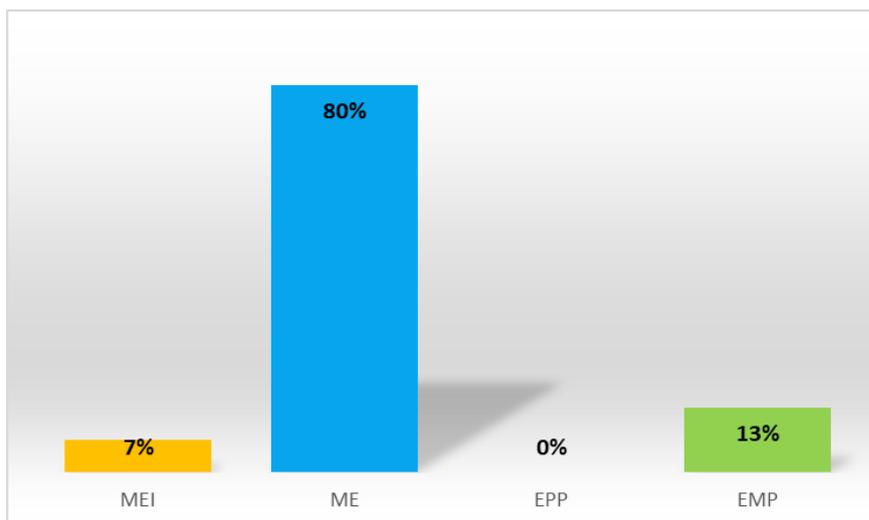
Existe uma interligação entre os empreendedores natos, social e normal representado no gráfico que são os 7%. Esses empresários começaram do nada e criaram seus próprios negócios e buscam minimizar riscos e se preocupa com os próximos passos do negócio, sempre ajudando e dando oportunidades para aqueles que precisam, como num time de futebol, ou disponibilidade de local para eventos, como por exemplo o restaurante cabanas, onde sempre acontece eventos e oferece um local de lazer para famílias.

O gráfico 9 demonstra a quantidade de colaboradores que cada empresa emprega em seus estabelecimentos. A pesquisa mostra que 80%, ou seja, a maioria dos pesquisados empregam de 1 a 5 colaboradores, e apenas uma das empresas pesquisadas emprega mais 20 colaboradores.

**Gráfico 9.** Quantidade de colaboradores empregados nos estabelecimentos.

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

De acordo com a pesquisa de campo, as empresas legalizadas são de maioria Microempresa, apresentando 80%. Empresa de Médio Porte apresenta 13%, e 7% apresenta os micro empreendedor individual, 0% apresenta os Empreendedores de Pequeno Porte.

**Gráfico 10.** Porte Empresarial.

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2021).

Percebe-se que o ME abrange grande parte do empreendedorismo do município de Benjamin Constant. De acordo com o Sebrae o ME foi Regulamentada em 2006, desde então a categoria passou a ter uma legislação própria. O que possibilitou criar benefícios jurídicos para formalizar empresários que viviam sem nenhuma regulamentação. Uma das principais características do ME, é que nesse caso, o empreendedor está atuando como pessoa física. Ou

seja, o seu patrimônio pessoal está relacionado com o da empresa. Dessa forma, pode ser tomado em caso de endividamento. O ME pode apresentar receita bruta anual inferior ou igual a R\$360 mil.

O Microempreendedor Individual é uma opção menos burocrática e mais ágil para a obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), seu faturamento não pode ser superior a R\$ 81 mil por ano ou R\$6.750 mil por mês (em média). Na opção de Microempreendedor Individual, o empresário não pode ter sócios, podendo registrar um único funcionário.

Empresa de Médio Porte são empresas com mais de 50 funcionários e diferente de uma ME e uma EPP, não tem limite de faturamento ou tem receita bruta anual acima de R\$4,8 milhões.

Os principais fornecedores dos empreendedores de Benjamin Constant de acordo com o levantamento da pesquisa são da cidade de Manaus, capital do Amazonas. Apenas uma empresa na qual sua principal venda são roupas e acessórios conta com fornecedores de outra região como: Fortaleza - Estado do Ceará, e São Paulo – Estado de São Paulo. Outra empresa do ramo de roupas conta, além de Manaus - AM, Fortaleza - CE, Natal – RN, Goiânia - GO como seus principais fornecedores. Uma empresa (restaurante), é fornecimento diretamente da própria da cidade de Benjamin Constant – AM.

Diante das principais dificuldades encontradas para impulsionar seus negócios de acordo com a pesquisa, é o transporte de mercadorias de Manaus para Benjamin Constant. A principal rota utilizada é o rio Amazonas, que por sua vez as mercadorias chegam amassadas, sujas, rasgadas, tendo em vista que esses pequenos incidentes geram prejuízo para os empresários.

Segundo o relato de um empresário, a época das secas, ou seja, quando o nível da água do rio desce dificultando a entrada de barcos que trazem mercadorias eles tem um prejuízo pelo fato de irem recolher suas mercadorias no município de Tabatinga aumentando mais o gasto dos fretes. Outro fator de modo inverso, são as épocas das cheias dos rios Javari, Solimões e seus afluentes que acontece anualmente, as vezes chegam a inundar as vias da cidade principalmente do centro da cidade onde se concentra a maior parte comercial do município cujo acesso é feito por pontes, assim como ilustra a imagem 1 e 2 abaixo.

**Figura 2.** Imagem da alagação no centro de Benjamin Constant.



**Fonte:** < <https://www.acritica.com/channels/governo/news/tempestades-aumentam-cheia-do-rio-solimoese-agravam-situacao-de-benjamin-constant-am>

**Figura 3.** Imagem da alagação no centro de Benjamin Constant.



**Fonte:** <https://www.acritica.com/channels/governo/news/tempestades-aumentam-cheia-do-rio-solimoese-agravam-situacao-de-benjamin-constant-am>

Outra dificuldade relatada é a má qualidade de sinal de telefonia e internet, no qual as vezes os interrompem ou dificultam na comunicação com seus fornecedores, clientes, empresários, sinal de internet ruim os impede de receberem pagamentos em cartão de crédito dos clientes, ou seja, qualidade de sinal atrapalha no desenvolvimento econômico.

A concorrência irregular foi outro fator encontrado dentre as dificuldades respondidas pelos empreendedores. De acordo com eles, existem muitos comércios que funcionam de

maneira irregular, sem pagar impostos, sem passar por burocracias que permitem o funcionamento de um negócio.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, o presente trabalho demonstra que o desenvolvimento social e econômico é um fator de suma importância para o desenvolvimento do município de Benjamin Constant – AM, sendo que os impactos de investimentos municipais, estaduais e federais e empresas privadas resultam na vida de todos, tanto no poder aquisitivo quanto no meio de vida de subsistência.

Desta forma, podemos afirmar que os empreendedores estão sobrevivendo através de suas praticidades, que mesmo com pouca atenção do governo estão se aprimorando por meios legais levando seriedade e compromisso com qualquer cliente, possibilitando que a comunidade tenha mais confiança e ofertando-lhes mais opções de produtos.

Percebe-se a grandiosidade e aprendizado que o estudo propõe, abrindo margens para o conhecimento aprofundado nessa temática, além de mostrar certa ausência de apoio e valorização governamental aos empreendedores contribuem para desenvolvimento social e econômico da cidade buscando sempre o desejo de compra dos clientes e gerando emprego e renda aos cidadãos.

Para a elaboração deste trabalho foram realizadas pesquisas acerca do tema abordado, realizou-se a pesquisa de campo com os empreendedores da cidade, compreendendo com mais clareza as opiniões e ponto de vista de cada empresário. A partir dos procedimentos metodológicos aplicados neste estudo pode-se apontar alguns aspectos conclusivos quanto à temática pesquisada que nos mostra o processo social e econômico enfrentada pelos empresários.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi demonstrar a importância do desenvolvimento social e econômico, com foco na relevância aos empreendedores. Quanto aos objetivos específicos foi possível realizar análises através das pesquisas de campo realizada partindo do perfil dos empreendedores do município e salientando as estratégias praticadas pelo empresários para o desenvolvimento do município.

Em questão das principais dificuldades enfrentadas destacou-se a falta de apoio municipal e estadual em relação a fiscalização aos empreendedores ilegais atuante no município e outra insatisfação exposta é a falta de opção de agências bancárias para pagamentos de boletos de valores expressivos, pois, o município apresenta apenas uma agência bancária, o Bradesco, e a alta demanda de clientes faz com que formem filas e por insatisfação, os empresários destinam-se ao município vizinho, Tabatinga.

Portanto, a problemática deste estudo pode ser discutida mostrando que a importância dos empreendedores para o desenvolvimento social e econômico é um fator primordial para satisfação da sociedade e o impacto positivo da economia.

Uma das alternativas levantadas é a realização de estudos voltados ao empreendedorismo para a população realizada pelo poder público ou privado, como workshop, palestras e exposições para que possam contribuir para o seu aprimoramento, de tal forma que passe pela minuciosa avaliação e tenha garantia de satisfação e compreensão por parte da comunidade.

Outra alternativa sugerida, é firmar acordos que envolvam a Prefeitura, a Câmara, Dirigentes Lojistas, e instituições que priorizam a formalização e a capacitação dos micro e pequenos empresários que pode apresentar resultados expressivos apresentando ações por meio de estratégias, a redução de informalidade e fortalecer a economia como:

- Geração de postos de emprego para cidadãos com pouca qualificação;
- Mais oportunidades de aumentar a renda de segmentos sociais menos favorecidos;
- Criação de um ambiente mais favorável para investimentos de empreendedores individuais e de micro e pequenas empresas;
- Mais possibilidades de os cidadãos terem autonomia para saírem de programas sociais do Governo, o que permite ao poder público investir mais em serviços estratégicos, como infraestrutura, saúde e educação.

Quanto melhores os resultados positivos maiores são as chances de investimentos.

## REFERÊNCIAS

- ACEVEDO, Cláudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, dissertações, teses**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Proposta de Teses e Diretrizes para a Política Nacional de Empreendedorismo e Negócios: Consulta Pública** (Coord. Ednalva Fernandes Costa de Moraes). Brasília, DF, 2012, 68 p.
- BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: importância econômica e social**. 2013. Disponível em:  
<<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importanciaeconomica-e-social/74380/>>. Acesso em: 20 out. 2021.
- DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico**. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, Sem II. 2008 ISSN 1980-7031.
- DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**: 1ª ed. São Paulo: Editora Cultura, 1999.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier.)
- DORNELAS, **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlo. Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José, Empreendedorismo: transformando ideias em negócios, 6 ed. São Paulo, Ed. Atlas, 2016.

ECONOMIA: Disponível em: < <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redação/2021/06/30desemprego-pnad-ibge.htm/>. > Acesso em 15 out. 2021

Empreendedorismo-no-brasil. Disponível em: < <https://andrebona.com.br/empreendedorismo-no-brasil-uma-analise-nos-dias-de-hoje/>. > Acesso em 30 set. 2021.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, v. 34, n. 2, p. 5-28. São Paulo, 1999.

FILION, Louis; DOLABELA, Fernando. Boa Ideia! E agora: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa: 1ªed. São Paulo: Editora Cultura, 2000.

FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. EGEPE, Goiânia, 24 a 26 de março de 2014.

FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

HAIR, Joseph et al. Fundamentos de métodos de pesquisa em administração. Bookman Companhia Ed, 2005.

HALLORAN, J. W. Por que os empreendedores falham: como evitar armadilhas fatais que podem levar seu negócio a um fracasso total. São Paulo: MAKRON BOOKS, 1994.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

(HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.)

HÖFLING, E. M. Estado e políticas (públicas) sociais. Cadernos Cedes, v. 21, n. 55, p. 30-41, 2001.

IBGE NOTÍCIAS. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias>.

ACRÍTICA, cheia-do-rio-solimões: Disponível em: <

<https://www.acritica.com/channels/governo/news/tempestades-aumentam-cheia-do-rio-solimoes-e-agravam-situacao-de-benjamin-constant-am/>. > Acesso em 15 nov. 2021

AMAZONAS, Benjamin Constant. **Lista-empresa**: Disponível em: >

<https://www.econodata.com.br/lista-empresas/AMAZONAS/BENJAMIN-CONSTANT>.

LOPES, A. C. V.; SCHULTER, C. B.; BINOTTO, E.; ANDRADE, S. A.; BUSANELO, E. C. Microcrédito e os microempreendimentos: um estudo no Banco da Gente do Mato Grosso do Sul. Revista FACEF Pesquisa, Desenvolvimento e Gestão, v. 14, n. 03, 2011.

LOURENÇO, A. A., & PAIVA, M. O. A. A motivação escolar e o processo da aprendizagem. Ciências & Cognição, v. 15, n. 2, p. 132-141. 2010.

LUNDSTRÖM, A.; STEVENSON, L. Entrepreneurship Policy: Theory and Practice. New York: Springer, 2005.

Kirzner, I. M. (1979). **Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press.

MARCONI, Marina de Andrade et al. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2009.

Paulo: Thomson Learning, 2006.

PEREIRA, J. A.; MACHADO, V. S. A mulher empreendedora como parte da disseminação da educação empreendedora: um estudo nos colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul – PR. Caderno de Administração, v. 21, n. 01, 2013.

Porter, M. E. (1992). A vantagem competitiva das nações. Rio de Janeiro: Campus.

PÓVOA, L. M. C. Tendências das políticas de inovação da OCDE. Economia & Tecnologia, v. 27, out./dez., 2011.

Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2002). GEM Global Entrepreneurship Monitor: relatório de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (Relatório de Pesquisa/20.

SCHUMPETER, Joseph. "O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico". In A Teoria do Desenvolvimento Econômico Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

(SCHERMERHORN JR, John R. Administração. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.)

(Schumpeter, J. A. (1988). A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo, Nova Cultura.  
Barreto, L. P. (1998). Educação para o empreendedorismo. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.)

SEBRAE, Características do Empreendedor. Disponível em:  
[http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comeceporvoce/empreendedorismo/336-caracteristicas-do-empreendedor/BIA\\_336](http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comeceporvoce/empreendedorismo/336-caracteristicas-do-empreendedor/BIA_336)

SMITH, A. A Riqueza das Nações. São Paulo: Nova Cultura, 1996.

EXAME, Tipos-de-Empreendedores. Disponível em: ><https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-maiscomuns-no-brasil/>. Acesso em: 15 set. 2021.

VAN DE VRANDE, V.; JONG, J. P. J.; VANHAVERBEKE, W.; ROCHEMONT, M.

Open innovation in SMEs: trends, motives and management challenges.

Technovation, v. 29, n. 6-7, 2009.

VIEIRA, D. M.; OLIVEIRA, D. A. F. B.; PEREIRA, B. A. O programa de incubadoras da universidade estadual de Goiás – PROIN/UEG: a capilaridade da UEG e sua importância na promoção do empreendedorismo em Goiás. Revista de Administração da UEG, v. 3, n.1, jan./jun., 2012.

VIEIRA, E. T. Industrialização e Políticas de Desenvolvimento Regional: o Vale do Paraíba Paulista na segunda metade do século XX. São Paulo, 2009. Tese (Programa de Pós-Graduação em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

ZUINI, Priscila. Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil. 2014.



## ANEXOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA  
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO

Convidamos o (a) Sr.(a) para participar da pesquisa “**ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT – AM**”, sob a responsabilidade da pesquisadora **LENS OCTAVIO DE ALMEIDA PAREDES**.

Sua participação é voluntária e se dará por meio de depoimentos e respostas a perguntas formuladas pela pesquisadora.

Se você aceitar estará contribuindo para a coleta de dados para a realização do meu **Trabalho de Pesquisa** da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Se depois de consentir em sua participação o Sr.(a) desistir de continuar participando, tem liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta de dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O (a) Sr.(a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. **Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo.** Para qualquer outra informação, o (a) Sr.(a) poderá entrar em contato com o pesquisador na UFAM/BC, pelo telefone (97) 984031344, ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92)3305-5130.

### Consentimento Pós-Informação

Eu, \_\_\_\_\_, fui informado sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa de minha colaboração, e entendi a explicação. Por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ganhar nada e que posso sair quando quiser. Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas por mim e pelo pesquisador, ficando com uma via cada um de nós.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Participante

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Pesquisador Responsável

## AUTORIZAÇÃO DE REGISTROS FOTOGRÁFICOS

**Lugar da Pesquisa:** \_\_\_\_\_

**Participante:** \_\_\_\_\_

Autorizo, para os devidos fins, a discente da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, do Instituto de Natureza e Cultura – INC em Benjamin Constant – AM, **LENS OCTAVIO DE ALMEIDA PAREDES**, a obter registros fotográficos durante as atividades do seu trabalho de Pesquisa intitulado “**ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT – AM**”. Por considerar que tais registros tornam-se necessários ao desenvolvimento da pesquisa e ao alcance dos objetivos propostos, somente para fins de pesquisa.

Por ser verdade, firmamos a presente declaração para os efeitos legais e de direito.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

\_\_\_\_\_  
**Participante**

Carimbo da Instituição

**CARTA DE ACEITE**

**Lugar da Pesquisa:** \_\_\_\_\_

## APÊNDICES

### 1 – Questionário de pesquisa

#### UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA

Este questionário enquadra-se como parte de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, orientado pelo docente M.Sc Juvan Reis Nogueira, abordando sobre o tema: **ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT – AM** pertencente ao discente Lens Octavio de Almeida Paredes, com a matrícula: 21651018.

#### QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

#### ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DOS EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT – AM

1 – Você percebe alguma iniciativa pública ou privada que visam criar um ambiente que valorize o empresário, dando maior visibilidade da sua importância perante a sociedade?

( ) Sim                      ( ) Não

2 - Você percebe alguma ação nas escolas para ajudar os estudantes a formarem competências e habilidades para abrirem seu negócio empresarial?

( ) Sim                      ( ) Não

3 – O município/estado tem proporcionado diminuição de barreiras legais e fiscais para facilitar sua atividade empresarial?

( ) Sim                      ( ) Não

4 – Você tem se utilizado de recursos financeiros oriundos de agências de fomento governamental para impulsionar seu negócio empresarial?

( ) Sim                      ( ) Não

5 – Você tem recebido apoio público ou privado no que diz à capacitação ou consultoria para impulsionar seu negócio empresarial?

Sim             Não

6 – Como você avalia a infraestrutura ofertada pelo município para o desenvolvimento do seu negócio empresarial?

Péssimo       Ruim       Regular       Bom       Ótimo

7 – Você tem se utilizado de inovações tecnológicas para impulsionar o seu negócio empresarial (sistemas informatizados, redes sociais, aplicativos de vendas, etc.)?

Sim             Não

8 – Qual alternativa abaixo você mais se identifica:

- Começou do nada e criou um grande negócio
- Se deparou com uma nova oportunidade e decidiu abrir o próprio negócio
- Gosta de desafios e sempre busca criar algo novo
- Tem por objetivo se tornar um grande executivo corporativo
- Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas
- Criou seu próprio negócio por falta de alternativa
- Teve a missão de levar à frente o legado de sua família
- Busca minimizar riscos se preocupando com os próximos passos do negócio

9 - Quantos funcionários/colaboradores o senhor emprega atualmente?

- de 1 a 5
- de 6 à 10
- de 11 à 15
- de 16 à 20
- mais de 20

10 - Seus principais fornecedores estão localizados em qual cidade/estado?

---

11 - A sua empresa é formalizada?

Sim  Não

12 - Qual o porte atual da sua empresa?

- Microempreendedor Individual (MEI)
- Microempresa (ME)
- Empresa de Pequeno Porte (EPP)
- Empresa de Médio Porte
- Grande Empresa

13 - Quais as principais dificuldades para o desenvolvimento do seu negócio

- Transporte de mercadorias
- Armazenamento de mercadorias
- Tributação excessiva
- Fiscalização excessiva
- Concorrência desleal
- Ausência de políticas públicas
- Desconhecimento tecnológico
- Telecomunicações ineficientes
- Mão de obra desqualificada
- Outros