

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS- UFAM
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA – INC
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

REGIANE MARIA FERREIRA AREVALO

EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO
APLICADO À CIDADE DE SÃO PAULO DE OLIVENÇA- AM

Benjamin Constant- AM
2022

REGIANE MARIA FERREIRA AREVALO

**EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO
APLICADO À CIDADE DE SÃO PAULO DE OLIVENÇA- AM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração pelo Instituto de Natureza e Cultura – INC da Universidade Federal do Amazonas – UFAM.

Orientador: Prof. Marcelo Fabiano de Oliveira Farias

Benjamin Constant- AM

2022

Ficha Catalográfica

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

Á99e Árevalo, Regiane Maria Ferreira
Empreendedorismo nas micro e pequenas empresa : um estudo aplicado à cidade de São Paulo de Oliveira-AM. / Regiane Maria Ferreira Árevalo . 2022
60 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Marcelo Fabiano de Oliveira Farias
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo. 2. Micro e pequenas empresas. 3. Desenvolvimento. 4. Formalização . I. Farias, Marcelo Fabiano de Oliveira. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

REGIANE MARIA FERREIRA AREVALO

**EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO
APLICADO À CIDADE DE SÃO PAULO DE OLIVENÇA- AM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração pelo Instituto de Natureza e Cultura – INC da Universidade Federal do Amazonas – UFAM.

Aprovado em 27 de Abril de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof.Esp. Marcelo Fabiano de Oliveira Farias – Orientador/Presidente
Universidade Federal do Amazonas

Prof. M.Sc. Selomi Bermeguy Porto –Membro.
Universidade Federal do Amazonas

Adm. Fernando Gonçalves Guimarães – Membro.
Universidade Federal do Amazonas

Dedico este trabalho ao meu Pai Raimundo Rocha Arévalo, onde em vida foi meu melhor amigo, meu herói e minha maior inspiração na vida pessoal e acadêmica. A ti dedico mais esta conquista, lhe amo além do infinito.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por toda sabedoria, saúde, e persistência, por guiar-me e me guardar em dias difíceis, aos anjos e ao meu protetor e amado São Francisco que me regem e iluminam meus caminhos.

Meus agradecimentos a todos que contribuíram para que mais uma conquista em minha vida fosse possível, meu eterno agradecimento a minha tia Fátima Arévalo, onde dela pude ouvir todo os conselhos, os melhores abraços, toda positividade e vibrações até mesmo em pequenos detalhes, a minha mãe Josefina Ferreira que mesmo de longe ora por mim, aos meus irmãos Paulo Cezar, Francisco Luan, Guilherme Francisco, Lara Vitória, Lucas Vinicius, a minha amiga, companheira de todas as horas Renata Castro pelo carinho, paciência e insistência para continuarmos firmes durante a infinidade de obstáculos que apareceram cotidianamente em nossa vida acadêmica, aos meus amigos Franciane Martins, Solange Freire, Palloma Dias, Amanda Laullaty Claciana Souza, Bruna Ramos, e Walcirley Sá, que torceram incansavelmente para que este trabalho de conclusão de curso fosse realizado.

Sem deixar de agradecer também aos meus professores onde este contribuíram de forma grandiosa para minha formação, ao meu Prof. e orientador Marcelo Fabiano de Oliveira Farias, Salaniza Bermeguy, Raimundo Valdan, e Pedro Mariosa pelo incentivo e motivação, mesmo quando eu deixei de acreditar que era possível, á todos vocês minha eterna gratidão.

“ Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculo triunfa sem glória”.

Augusto Cury

RESUMO

Este trabalho foi realizado a partir de informações conceituais aliadas a questionários com empreendedores atuantes em micro e pequenas empresas, o que possibilitou um melhor esclarecimento sobre o posicionamento desta categoria no cenário nacional, bem como a importância do empreendedor neste contexto. Recentemente o empreendedorismo ou entrepreneurship ganhou força no mundo e principalmente no Brasil especificamente no município de São Paulo de Olivença, apesar de ser considerado por alguns como modismo. O estudo teve como objetivo demonstrar a importância do empreendedor das micro e pequenas empresas para o desenvolvimento do município de São Paulo de Olivença. Verificando-se então as vantagens e desvantagens dos benefícios durante e após a formalização das empresas. Assim, ficaram caracterizadas suas necessidades e algumas possibilidades para que se possa desenvolver atividades empreendedoras com menor risco. Para que isso aconteça, os empreendedores necessitam de acesso a crédito. Porém isso não é suficiente, havendo necessidade principalmente de apoio e acompanhamento, pois a inexperiência em relação aos ramos de atividade, mostrou-se significativa.

Palavra chave: Empreendedorismo. Micro e Pequenas empresas. Desenvolvimento.

ABSTRACT

This work was carried out from conceptual information combined with interviews with entrepreneurs working in micro and small companies, which made it possible to better understand the positioning of this category in the national scenario, as well as the importance of the entrepreneur in this context. Recently, entrepreneurship or entrepreneurship has gained strength in the world and especially in Brazil, despite being considered by some as a fad. The study aimed to demonstrate the importance of the entrepreneur of micro and small companies for the development of the municipality of São Paulo de Olivença. There is then the potential generation of wealth, employment and income largely wasted due to the lack of infrastructure and institutional support. Thus, their needs and some possibilities were characterized so that entrepreneurial activities can be developed with less risk. For this to happen, entrepreneurs need access to credit. However, this is not enough, and there is a need mainly for support and follow-up, as the inexperience in relation to the branches of activity proved to be significant.

Key word: Entrepreneurship. Micro and Small Enterprises. Development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa do Amazonas. Em destaque o Município de São Paulo de Olivença..... 32

LISTA DE QUADROS

Quadro.1 Perfil dos Empreendedores (Características Sócio-Demográficas).....	37
--	----

LISTA DE SIGLAS

MEI- Micro Empreendedor Individual

MPEs- Micro e Pequenas Empresas

ME- Micro Empresa

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CF- Constituição Federal

GBPN- Guia Básico Sobre os Pequenos Negócios

CNE- Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CNPJ- Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

AFEAM- Agência de Fomento do Estado do Amazonas

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1.** Como você tomou conhecimento da formalização da sua empresa?.....39
- Gráfico 2.** Ao buscar atendimento para o cadastrado da formalização da empresa, você:.....
40
- Gráfico 3.** Qual dos benefícios abaixo foi à principal motivação para a formalização através do MEI?42
- Gráfico 4.** Algum dos benefícios abaixo não era conhecido antes de você se formalizar? 43
- Gráfico 5.** Qual das vantagens abaixo você considera ser relevante para uma empresa formalizada como MEI, comparando-se a uma empresa que não é MEI?.....44
- Gráfico 6.** Após conhecer os benefícios garantidos em lei, algum não atendeu as suas expectativas.....45
- Gráfico 7.** Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores durante o processo empresarial? 46
- Gráfico 8.** A formalização contribuiu no aumento das vendas/dos serviços?.....47
- Gráfico 9.** A formalização contribuiu, na melhora, das condições de compra com seus fornecedores?..... 48
- Gráfico 10.** Solicitou algum tipo de crédito/empréstimo?.....49
- Gráfico 11.** Se sim, obteve sucesso?..... 49
- Gráfico 12.** Possui outras fontes de renda? 50
- Gráfico 13.** Você entregou sua última declaração anual de rendimentos 51
- Gráfico 14.** Possui perspectiva de crescimento?..... 51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
CAPITULO I.....	18
1 REVISÃO DE LITERATURA.....	18
1.1 EMPREENDEDORISMO.....	18
1.2 CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO.....	18
1.3 PERFIL EMPREENDEDOR.....	21
1.4 AS CARACTERÍSTICAS MARCANTES DO EMPREENDEDOR.....	22
1.6 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL.....	28
CAPITULO II.....	30
2. METODOLOGIA.....	30
2.1 NATUREZA DA PESQUISA.....	30
2.2 LOCAL E OBJETO DE ESTUDO.....	32
2.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA.....	33
2.4 INSTRUMENTO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	34
2.5 TABULAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	35
CAPITULO III.....	36
3.1 ANÁLISES E RESULTADOS.....	36
3.2 PERFIL E CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDEDORES.....	37
3.3 BENEFÍCIOS, CONHECIMENTOS E DIFICULDADES GERADAS PELA FORMALIZAÇÃO DO MEI (MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL).....	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
REFERÊNCIAS.....	54
ADÊNDICE 1.....	59
ADÊNDICE 2.....	60

INTRODUÇÃO

Atualmente, a humanidade vive em uma era em que empreender torna-se praticamente uma necessidade, principalmente devido à disputa cada vez mais acirrada entre as empresas, tanto no mercado de bens, quanto no de trabalho. O empreendedor é um agente de mudança essencial para o progresso, pois ele desenvolve ou incorpora em seus negócios novas tecnologias que substituem as antigas, elevando a eficiência e a produtividade.

O perfil do empreendedor não segue uma fórmula consagrada, mas algumas características são comuns e ao mesmo tempo os diferenciam. Estas características são muito importantes para a sobrevivência do empreendedor, que interessado em crescer, ser independente e um genuíno empreendedor, se fazem diferentes de um trabalhador esforçado, através de constante aprendizado e permanentes correções de rumos (CIELO, 2001).

De acordo com Luecke (2007), os empreendedores desempenham um importante papel em toda sociedade de livre mercado e agem como uma força criativa, livrando-se de tecnologias, produtos e maneiras já estabelecidos e substituindo-os por outras que agregam maior valor aos bens e mercados transitórios.

Seguindo nessa mesma linha do que trata empreendedorismo pode-se mencionar que o crescimento do espírito empreendedor tem feito crescer também a quantidade de empresas por todo o país e, dentre elas, as que mais têm demonstrado grande participação da economia nacional são as Micro e Pequenas Empresas (MPEs).

Para Gomes (2011), a escolha de um processo de implementação de um modelo de desenvolvimento local dependerá das características encontradas na microrregião, das determinadas necessidades endógenas dos ambientes em estudo de acordo com o grau de interação das redes internas e, ainda, da capacidade de reação do tecido econômico e institucional para as novas condições ambientais.

Desta forma, deve-se centralizar todos os esforços na criação de uma base de conhecimento para os envolvidos no processo de desenvolvimento para que se possa chegar a um objetivo, desenvolver as redes essenciais e, ainda, promover a efetiva colaboração estratégica e operativa que poderá proporcionar fortes efeitos nas ideias inovadoras que cada local venha futuramente realizar.

O presente trabalho está estruturado de forma a apresentar e abordar temas relevantes aos processos de formalização das empresas, e sua contribuição para o desenvolvimento local. Diante ao exposto, a pesquisa tem por finalidade mostrar a importância socioeconômica e as características e evolução do MEI, sendo assim pergunta-se: Como é visto o processo de formalização das empresas no município de São Paulo de Olivença?

O objetivo geral tem por finalidade demonstrar a importância do empreendedor das micro e pequenas empresas para o desenvolvimento do município de São Paulo de Olivença. Os Objetivos Específicos a). Apresentar as estratégias empreendedor visando a eficiência e eficácia dos recursos econômicos das micro e pequenas empresas; b). Justificar a importância do benefícios, conhecimentos e dificuldades geradas pela formalização do MEI (micro empreendedor individual); c). Identificar o perfil do empreendedor.

CAPITULO I

1 REVISÃO DE LITERATURA

1.1 EMPREENDEDORISMO

O marco de referência adotado aborda as características fundamentais que são observadas por empresas de sucesso, sendo que esta pesquisa procura identificar se as micro e pequenas empresas na cidade de São Paulo de Olivença.

O estudo pode constituir-se em importante referencial para balizar intervenções de parte do setor público e de instituições como SEBRAE, e outros, pois esta instituição está voltada para auxiliar o fortalecimento e o desenvolvimento deste segmento empresarial.

1.2 CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO

De acordo com Neto e Sales (2004), o empreendedorismo começa a apresentar seus primeiros focos de existência ainda no Século XVII. Conforme os autores, nesta mesma época, havia indícios de relação entre assumir riscos e empreender, em que era estabelecido um acordo contratual juntamente com o governo para executar determinados tipos de serviço ou fornecimento de produtos.

Neto e Sales (2004) apontam Richard Cantillon, como um dos percussores do termo empreendedorismo, diferenciando o empreendedor do capitalista.

Na idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. O empreendedor nesta época não assumia grandes riscos, pois ele apenas gerenciava os projetos, muitas vezes financiados pelos governos dos países. A este respeito,

Richard Cantillon (1755/1950) fez um esforço no sentido de tentar identificar quem era o indivíduo empreendedor, vinculando sua representação não em relação à sua função na sociedade, mas a seu posicionamento com respeito ao risco das oscilações de oferta e demanda (COSTA, BARROS e CARVALHO, 2011, p. 184).

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem estar da população.

Assim, a terminologia empreendedorismo é utilizada para identificar pessoas que têm uma visão e transformam o ambiente em que atuam. De acordo com Dolabela (1999):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas (DOLABELA, 1999, p. 68).

Schumpeter foi o pioneiro e o mais influente teórico das ações dos empresários responsável pelas mudanças do capitalismo, conceituando e popularizando o empreendedorismo, as inovações e a chamada “destruição criativa”. Seus estudos passaram a ser mais conhecidos, especialmente, com a divulgação em língua inglesa dos livros Teoria do Desenvolvimento Econômico (publicado em alemão em 1912) e Capitalismo, Socialismo e Democracia (1942) onde estão presentes as linhas básicas de seu pensamento segundo Moricochi e Gonçalves (1994).

Schumpeter Apud McGraw (2012, p. 81) menciona “cinco tipos de inovação que definem o ato empreendedor:

1. A introdução de um novo bem – ou seja, um produto com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados – ou seja de uma nova qualidade de um bem.
2. A introdução de um novo método de produção, ou seja um método que ainda não tenha sido testado pela experiência industrial no ramo industrial em questão.
3. A abertura de um novo mercado, ou seja, um mercado no qual o ramo industrial específico do país em questão não tenha entrado anteriormente, existisse ou não este mercado.
4. A conquista de uma nova fonte de abastecimento de matérias-primas ou produtos semimanufaturados, também independentemente do fato de essa fonte já existir ou ainda ter de ser criada.
5. A promoção de uma nova organização de uma indústria qualquer, como a criação de uma posição monopolista (por exemplo, através da formação de um truste) ou o rompimento de uma posição monopolista.”

Segundo Neto e Sales (2004), a história do empreendedorismo na contemporaneidade inicia a partir da atuação de Schumpeter (1982) que, ao explicar como funcionava o processo de expansão econômica na primeira metade do século XX, conseguiu inserir modelos empreendedores na economia.

Neto e Sales (2004) afirmam que o empreendedorismo se dá como sendo uma das bases fundamentais para o processo de criação de riquezas e, acima de tudo, crescimento econômico. Ressalvam que Schumpeter procurava uma resposta que promovesse mudanças de melhorias tanto econômicas quanto sociais. Os autores definem o empreendedorismo, da seguinte maneira:

É um processo dinâmico de criação de riqueza incremental. A riqueza é criada por indivíduos que assumem maiores riscos em termos ativos, tempo e perspectivas de carreira, para produzirem bens ou serviços através dos recursos que lhe são disponibilizados (NETO e SALES, 2004, p. 10).

Houve, com o passar dos anos, uma verdadeira revolução, a qual conforme Dolabela (1999) mostrou que o empreendedorismo não deve ser conceituado apenas como uma visão empreendedora, mas também deve-se buscar entendimentos na sua forma e no que realmente é. De acordo com Dolabela (1999), a orientação empreendedora emergiu como forte antecedente da aprendizagem organizacional, indicando, portanto, a influência no sucesso das inovações por meio da aprendizagem organizacional adquirida. O empreendedorismo, então, tornou-se uma ferramenta de grande relevância para as organizações, pois, tem resultado essencial e de forte impacto indireto no sucesso das inovações.

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza e esta:

É criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários. (HISRICH e PETERS, 2004, p. 29).

O empreendedorismo é, segundo um estudo realizado pelo Sebrae (2012), um processo que designa todos os estudos relacionados ao empreendedor, tais como, por exemplo, a origem, sistema de atividades e também o universo de atuação.

O empreendedorismo é importante não somente para aplicar uma gestão estratégica eficiente e eficaz, mas, especialmente, por permitir mudanças no mercado de trabalho, desenvolver conceitos inovadores de empregabilidade, além de causar mudanças radicais nas organizações.

De acordo com o verificado, o empreendedorismo refletiu seus primeiros focos na década de 1990. A este respeito, Dornelas (2005) afirma que no Brasil, o grande propulsor foi a abertura da economia que permitiu o desenvolvimento de empresas voltadas ao atendimento e apoio ao empreendedor. O autor ressalta que antes dessa fase, a terminologia “empreendedor” não era conhecida, o que resultava na restrição e limitação da abertura de micro e pequenas empresas devido ao ambiente político e econômico desfavorável no país.

Ainda que se tenha percebido a existência de instituições que apoiam o empreendedorismo, como o SEBRAE, por exemplo, é preciso que ações voltadas à realidade do país sejam efetivadas por meio de atuações governamentais a partir do resgate do avanço consequente da iniciativa privada e de entidades não governamentais. Esta seria uma forma de valorizar a capacidade empreendedora que os brasileiros possuem na busca de soluções para os problemas existentes.

Portanto, é notório que o progresso não para, e aquele que não antecipa suas próprias mudanças está condenado a ser um perdedor. O sucesso aparece apenas para aqueles que embarcam em um processo de aprimoramento contínuo, e para se manter no mercado, é preciso ter espírito empreendedor. Por esse motivo, acredita-se que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas socioeconômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, por meio da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

1.3 PERFIL EMPREENDEDOR

Empreender pode ser caracterizado como um reconhecimento perante a sociedade, como a realização pessoal do empreendedor motivando-o para ao trabalho, aceitando desenvolver o seu potencial empreendedor e ao mesmo tempo um desafio para sua vida (OLIVEIRA LIMA-FILHO et al., 2009). Não existe uma receita básica para ser empreendedor, porém, empreendedores genuínos possuem características comuns e outras que os distinguem de outros empreendedores, tais como: criatividade, ousadia e perseverança. Porém, empreender necessita de outras bases, tais como: aprendizado contínuo, orientações e constantes correções de rumos (CIELO, 2001).

A literatura enumera diversas características e comportamentos empreendedores, e destaca a necessidade de realização, capacidade de correr

riscos calculados, iniciativa, busca de oportunidades, capacidade de tomar decisão, planejamento, entre outras, como características que as diferenciam das pessoas comuns, mas também há outros fatores que podem influenciar os comportamentos empreendedores, como o ambiente socioeconômico, tecnológico e até a cultura de uma região (BARRETO et al., 2012)

O papel do empreendedor é fundamental para o desenvolvimento de uma sociedade, intensificado nas últimas décadas em função do avanço tecnológico, demandando cada vez mais de pessoas empreendedoras, tendo como base a inovação e a qualidade. (LA FALCE, et al., 2012). O Brasil apresenta um mercado altamente competitivo, o que remete a preocupação nas habilidades de empresas e pessoas, na busca por sobreviverem neste mercado (GEM, 2004). Ainda de acordo com o mesmo autor, o Brasil está entre os países que mais empreendem no mundo, porém, os fatores que motivam este comportamento estão na necessidade de sobrevivência, diferente de outros países que empreender está mais relacionado às oportunidades de negócio.

1.4 AS CARACTERÍSTICAS MARCANTES DO EMPREENDEDOR

No mundo contemporâneo, empreender é praticamente uma necessidade, principalmente por haver grande disputa no mercado de trabalho. Diante do exposto, o empreendedor tem seus fundamentos e conceitos apoiados na disciplina, na capacidade de assumir riscos, no espírito inovador, na ousadia e persistência, em ser um profissional visionário e de iniciativa própria.

Contudo, para empreender com eficácia e assegurar o sucesso do negócio, Luecke (2007) afirma que é preciso que o empreendedor, alie análise, planejamento estratégico, capacidade de implementação e controle para o seu negócio. Segundo o autor, são estes os elementos fundamentais para o êxito de empreendimentos inovadores.

Nesse sentido, ao se iniciar um novo negócio, Luecke (2007) salienta que o empreendedor deve ter consciência que isso envolve considerável risco e esforço para que seja superado o desafio da criação de algo novo. Contudo, ao decidir por desenvolver uma nova empresa, o empreendedor assume a responsabilidade e os riscos pelo desenvolvimento e sobrevivência da criação, além de lidar com novos desafios, passar também a fazer parte da economia local e nacional.

Ainda para o autor, o empreendedor é um agente de mudança de onde se pode esperar o progresso, pois eles inventam ou comercializam novas tecnologias que substituem as antigas. Luecke (2007) define o empreendedor:

Aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem (LUECKE, 2007, p. 29).

Para Gerber (1992), o empreendedor é o visionário dentro de cada ser, o catalisador das mudanças e diante disto, o empreendedor vive no futuro, nunca no passado, raramente no presente. É mais feliz quando livre para construir imagens de “e se” e de “e quando”. O empreendedor é a personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia (GERBER, 1992, p. 22).

De acordo com Valei, Wilkinson e Amâncio (2008), é exigido ao empreendedor não apenas a criação, inovação e a capacidade de lançar no mercado algo novo, mas, inclusive, a capacidade de compreender todas as forças que atuam no ambiente no qual se está inserindo. Ainda que a novidade seja um novo produto, um inovador sistema de distribuição ou até mesmo um método para desenvolver uma nova estrutura organizacional, o empreendedor precisa entender todo o ambiente.

Hisrich e Peters (2004, p. 171) completam que, “as ideias emergem a partir de fontes de ideias ou da solução criativa de problemas, elas precisam de um desenvolvimento e aperfeiçoamento posteriores até o oferecimento do produto ou serviço final”.

Juntamente com as mudanças e inovações vem o sucesso, e segundo Fernandes e Santos (2008), o sucesso para o empreendedor significa engajar-se em um processo de criação destrutiva, o qual ele procura arruinar o processo produtivo atual e a dinâmica competitiva, centrada muitas vezes em custos, e introduz um novo produto, novos arranjos de distribuição, e novas ideias de comunicação e posicionamento, frequentemente sob condições de risco e de incertezas.

Os autores completam que para o empreendedor, sucesso está relacionado à capacidade de inovar. Os fatos inovadores da empresa são definidos nesse estudo como a orientação cultural de uma organização frente à inovação e compõe uma das dimensões do empreendedorismo.

Conforme Valei, Wilkinson e Amâncio (2008), a capacidade empreendedora compreende, ainda, a habilidade de operacionalizar os acordos dos negócios existentes entre as partes envolvidas, tais como, por exemplo, os parceiros, os fornecedores de peças e serviços, o capitalista, o inventor do processo, os distribuidores, as agências governamentais, o saber manter relações bem-sucedidas com os trabalhadores e o público. Os autores ainda salientam que a capacidade de quebrar barreiras e alcançar o sucesso encontra-se na própria essência da atividade empreendedora.

Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) reforçam ainda que o empreendedor é dotado de uma capacidade de associar e de complementar o conjunto ideal de insumos necessários a um determinado processo produtivo e que as capacidades de somar e complementar insumos e a de preencher vazios representam as características distintivas dos empreendedores.

Para os autores, os reais empreendedores agem no mercado com a finalidade de criar e/ou abrir novas possibilidades, preenchendo as lacunas descontínuas deixadas por outras empresas. Desta forma, o empreendedor cria novas rotas, expandindo o mercado o qual está se inserindo. Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) ainda afirmam que, entretanto, a atividade de empreender pode, em alguns casos, criar novas obstruções ao provocar o surgimento de monopólios.

Embora o impacto direto ocasionado pelo empreendedorismo na empresa por parte do empreendedor não precisa ser algo limitado, uma vez que o seu sucesso como empreendedor é diferente daquele do administrador. Diante das diversas mudanças que vem ocorrendo nas organizações, os administradores devem buscar recursos que visem à atuação permanente da empresa no contexto globalizado.

Tal realidade trouxe o espírito empreendedor o qual, de acordo com Elias (2001), deve apresentar algumas características básicas para o sucesso dos negócios. Estas características são, para o autor, as necessidades, o conhecimento, as habilidades e os valores. E que ainda são completados segundo o autor por 11 passos que devem ser bem definidos e possíveis de alcançar a conquista:

- a) Estabelecer metas: estas devem ser bem definidas e mensuráveis e que sejam capazes de se estabelecer algo que seja possível e satisfatório.
- b) Informações: É preciso que o empreendedor busque informações de clientes e fornecedores, além de seus concorrentes a fim de que seja realizado um estudo eficaz na busca pelo atendimento adequado ao mercado.
- c) Planejamento: É a divisão das tarefas e com os prazos bem

definidos, realizando revisões periódicas e levantamento dos resultados alcançados. d) Oportunidades e iniciativa: O empreendedor deve fazer coisas mesmo antes do solicitado, promovendo a expansão de seus negócios de modo a aproveitar as oportunidades que aparecerem. e) Qualidade e eficácia: É a forma do empreendedor encontrar maneiras de fazer melhor e mais rápido as coisas, satisfazendo os padrões de excelência, assegurando que ao término do trabalho atendeu às exigências da qualidade. f) Saber calcular os riscos: É o modo de como o empreendedor avalia as alternativas e calcula os riscos, procurando reduzir os riscos, melhorando os resultados. g) Persistência: Repetir ou mudar de estratégia sempre que for necessário, assim poderá superar os obstáculos assumindo as responsabilidades pessoais, atingindo as metas e objetivos da organização. h) Comprometimento: Ser responsável com as obrigações e a busca por alcançar as metas e objetivos traçados, mantendo os clientes satisfeitos. i) Rede de contatos: Saber manter uma rede de contatos, bem como saber influenciá-los. j) Autoconfiança: Busca pela autonomia mantendo o próprio ponto de vista frente aos resultados, mesmo que estes sejam desanimadores. (ELIAS 2001).

Além do exposto, pode-se dizer que há, ainda, o empreendedor nato. Sobre esta referência, Dolabela (1999) salienta que se refere àquele que nasce com as peculiaridades e características fundamentais para ser um empreendedor de sucesso. Contudo, pelo fato de ser um ser social, certamente ele sofrerá influência do meio em que está inserido. Assim sendo, sua formação empreendedora poderá ocorrer por influência de amigos, atividades que executa no trabalho, família, educação, estudo, formação e prática.

Para o autor, o indivíduo, ao aprender a empreender, precisa apresentar um comportamento proativo, mas, além disso, é fundamental que ele queira aprender a pensar e agir por conta própria. Esta atuação necessita ser acompanhada por liderança, criatividade e visão de futuro, de modo a criar, inovar e ocupar um espaço de liderança no mercado.

Segundo Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) é possível que a formação empreendedora do indivíduo seja influenciada pelo campo científico e acadêmico e caracterizada pelas diversidades e situações que permitem o estabelecimento direto da ação e sua concretização. Uma das características apontada pelos autores ao empreendedor nato é a natureza da ação, na qual o indivíduo busca realizar algo diferente e inovador do que já existe no mercado. Considerando esta peculiaridade, Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) afirmam que o empreendedorismo está relacionado diretamente às mutações de processos e produtos. Quanto à segunda característica, os autores afirmam que se trata da ausência ou inexistência de um

controle efetivo sobre as maneiras de realização e recursos essenciais ao desenvolvimento da ação desejada, liberdade de ação.

Os autores enfatizam que, caso estas duas características apontadas estiverem juntas, certamente, haverá um empreendimento. De igual modo, não são todas e quaisquer ações criadas, elaboradas e desenvolvidas, sob risco e sem controle dos processos que podem ser consideradas empreendedoras.

Portanto, para que uma ação seja empreendedora, é necessário que haja quatro fatores considerados fundamentais. Sobre estes fatores, Dolabela (1999) afirma ser a visão, energia, liderança e relações. Além disso, o autor ainda destaca como uma das principais características do empreendedor, as relações, pois, a partir destas ele poderá obter conhecimentos importantes dentro de uma estrutura de mercado.

Percebe-se que o empreendedor é inovador, criativo e quer sempre algo mais, é o tipo de profissional que sabe ser líder.

1.5 CLASSIFICAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Sobre a Constituição Federal de 1988 e o Estatuto das MPEs, Dolabela (1999) aponta os artigos 146, 170, 179, onde são apresentados os marcos legais que fundamentam, no Brasil, as normativas e ações de apoio.

Conforme o SEBRAE (2012), o artigo 146 da CF/88 apresenta dois novos dispositivos devidamente aprovados em 2003 pela Reforma Tributária. Tais dispositivos preveem uma lei de hierarquia superior, lei complementar, determinando o tratamento favorável e diferenciado para as MPEs.

Dentre tais diferenciações, pode-se incluir o cadastro único de identificação, regime único de arrecadação dos impostos, bem como as contribuições da União, estados e municípios, tal como segue:

Art. 146. Cabe à lei complementar: I - dispor sobre conflitos de competência, em matéria tributária, entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; II - regular as limitações constitucionais ao poder de tributar; III - estabelecer normas gerais em matéria de legislação tributária, especialmente sobre: [...] Parágrafo único. A lei complementar de que trata o inciso III, d, também poderá instituir um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, observado que: (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) I - será opcional para o contribuinte; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) II - poderão ser

estabelecidas condições de enquadramento diferenciadas por Estado; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) III - o recolhimento será unificado e centralizado e a distribuição da parcela de recursos pertencentes aos respectivos entes federados será imediata, vedada qualquer retenção ou condicionamento; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) IV - a arrecadação, a fiscalização e a cobrança poderão ser compartilhadas pelos entes federados, adotado cadastro nacional único de contribuintes. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) (BRASIL, 1988, SP).

A respeito do artigo 170, o Sebrae (2012) explica que este introduz as MPEs nos princípios gerais da ordem econômica, assegurando, assim, tratamento diferenciado de modo que as favoreças, conforme apresentado:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: I - soberania nacional; II - propriedade privada; III - função social da propriedade; IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor; VI - defesa do meio ambiente; VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) VII - redução das desigualdades regionais e sociais; VIII - busca do pleno emprego; IX - tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte. IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995) Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei (BRASIL, 1988, SP).

Já o artigo 179 da CF/88 determina às administrações públicas que dispensem o tratamento jurídico diferenciado às MPEs, com a finalidade de promover o incentivo pela simplificação ou diminuição das obrigações administrativas, inclusive as tributárias, previdenciárias e de crédito.

Neste sentido Brasil cita no Artigo 179:

Art. 179. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei (BRASIL, 1988, s.p).

Conforme Tavares (2008) existem algumas restrições básicas impostas no Brasil para que uma empresa possa ser classificada como micro ou pequena e, conseqüentemente, fazer uso de determinados benefícios oferecidos a elas, como, por exemplo, a opção pelo Super Simples. Assim, a definição que tem sido mais adotada para as MPEs é aquela constante na Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas:

- Microempreendedor Individual de: receita bruta anual até R\$ 81.000,00
- Microempresa: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00.
- Empresa de pequeno porte: receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00

Porém, Lacerda (2005) constata que há diversos critérios adotados para este fim, tais como, a receita operacional líquida, receita bruta, número de empregados, nível de sofisticação tecnológica, capital social e muitos outros. O autor observa que estes critérios, para serem usados na definição de MPEs podem ser considerados em conjunto ou de forma isolada.

Conforme Petty, Moore e Longenecker (2004), podem ser ainda acrescentados alguns outros critérios mistos que resultam da relação entre fatores qualitativos e quantitativos, combinando com os indicadores sociais e econômicos do país.

Souza (2009) afirma que dentre as características mais relevantes que as MPEs apresentam, pode-se citar a do empreendedor individual que trabalha por conta própria com o mínimo ou nenhum empregado, tendo lucratividade e produtividade baixas. Além deste fator, é possível ainda apontar a elevada diversidade dos níveis de lucro que há entre elas que, se comparar pelo tipo de atividade, algumas têm alta lucratividade se comparada com o simples e modesto desempenho, ou irrelevante demais.

1.6 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

De acordo com Requião (2007), a atividade considerada um micro ou pequeno negócio tem grande importância no cenário econômico brasileiro, podendo confirmar, segundo pesquisa realizada pelo Guia Básico Sobre os Pequenos Negócios (GBPN) de São Paulo, que as MPEs já representam em média quase 99,2% das empresas brasileiras, empregando em média 60% das pessoas que estão economicamente ativas do Brasil.

Para auxiliar e apoiar essas empresas, Palermo (2002) cita a criação do SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. A autora afirma que o Sebrae é uma instituição técnica que oferece apoio ao pequeno empreendedor para o desenvolvimento do seu negócio e das suas atividades empresariais de pequeno porte, direcionada para a promoção e transmissão de projetos e programas que tem como objetivo o fomento e o fortalecimento das MPEs. O objetivo do Sebrae é ter uma atuação inovadora, estratégica e pragmática junto aos micros e pequenos empreendedores para fazer com que a realidade dos pequenos negócios tenha condições mais favoráveis para uma evolução sustentável, auxiliando para o desenvolvimento do Brasil em todos os seus aspectos. Foi desenvolvido pela lei de iniciativa do Poder Executivo, idealizada em comum acordo com as confederações que representam as forças produtivas do país, pois, sem essa parceria, esse modelo de auxílio às MPEs não se concretizaria.

Ainda com o surgimento do Estatuto da Micro e Pequena Empresa no Brasil, todos os anos se promove a facilidade política empresarial que, com o desemprego, auxiliou ainda mais para que as MPEs surgissem. Contudo, mesmo parecendo um sonho conquistado, o micro e pequeno empreendedores ainda passam por diversos percalços.

Com tudo existem diversos fatores que devem ser considerados pelos empreendedores para o sucesso da empresa. Nesse sentido, Medina e Silveira (2003) afirmam que antes de tudo, é fundamental que os órgãos governamentais e os próprios empreendedores tenham consciência da importância que a MPE representa para a economia do país. Sendo assim, pode-se observar que elas fazem parte da comunidade empresarial, produzindo parte substancial e essencial do total de bens e serviços produzidos e oferecidos aos consumidores.

CAPITULO II

2. METODOLOGIA

O presente capítulo explana os procedimentos metodológicos desenvolvidos pelos quais se alcançou os objetivos deste trabalho. Por meio do método científico selecionado e trabalhado, definem-se todas as etapas que conduzem e que propiciam a concretização de um estudo, daí sua irrelevância que se mostra indispensável.

É nesta etapa do projeto que devem ser descritas as características do estudo e os procedimentos metodológicos adequados ao problema a ser investigado. E aqui que o autor do pretense trabalho acadêmico, deverá descrever passo a passo as etapas a serem seguidas durante a realização da pesquisa. Muito embora a organização dos procedimentos metodológicos varie de acordo com a peculiaridade de cada estudo. (FIGUEIREDO E SOUZA 2008).

Em seu sentido mais geral, o método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um certo fim dado ou um resultado desejado. Nas ciências, entende-se por método o conjunto de processos empregado na investigação e na demonstração da verdade (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2014).

2.1 NATUREZA DA PESQUISA

Este trabalho monográfico foi realizado com o propósito do alcance dos objetivos propostos, alguns procedimentos metodológicos foram aplicados objetivando o norteamento do estudo e suas etapas.

Segundo o autor GIL (2010) praticamente toda pesquisa acadêmica requer em algum momento a realização do trabalho que pode ser caracterizado como pesquisa bibliográfico. Tanto é que, na maioria das teses e dissertações desenvolvidas atualmente, um capítulo ou seção é dedicado a revisão bibliográfico, que é elaborado com propósito de fornecer fundamentação teórica ao trabalho, bem como a identificação do estágio atual do conhecimento referente ao tema.

Para ajudar a concretizar o estudo se fez uso da pesquisa de caráter quantitativo-descritivo, e de forma especificamente utilizou-se uma das suas subdivisões que compreende os estudos de descrição de população.

Os autores Tripodi et al., (1975) apud Marconi; Lakatos, (2003). Afirmam que as pesquisas quantitativas-descritivas consistem em investigações de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas, ou de isolamentos de variáveis principais ou chave.

Então qualquer desses estudos pode utilizar métodos formais, que se aproximam de projetos experimentais, uma vez que se caracterizam pela precisão e pelos controles estatísticos, com a finalidade de fornecer dados para a verificação de hipóteses. Na sua totalidade esta abordagem emprega artifícios quantitativos tendo por objetivo a coleta sistemática de dados sobre populações, programas, ou amostras de populações.

Alem disso:

Utilizam várias técnicas como entrevistas, questionários, formulários etc. e empregam procedimentos de amostragem. [Os] [...] estudos de descrição de população são os estudos quantitativo-descritivos que possuem, como função primordial, a exata descrição de certas características quantitativas de populações como um todo, organizações ou outras coletividades específicas. Geralmente contêm um grande número de variáveis e utilizam técnicas de amostragem para que apresentem caráter representativo (TRIPODI et al., 1975, p. 42-71 apud MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 187).

Outro autor ainda menciona que:

A abordagem quantitativa caracterizase pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coletas de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas desde há mais simples, como percentual média, desvio padrão, as mais complexas, como coeficientes de correlação, análise de regressão e etc.

2.2 LOCAL E OBJETO DE ESTUDO

O espaço geográfico desta pesquisa compreendeu a cidade de São Paulo de Olivença, localizado no interior do Estado do Amazonas na microrregião do Alto Solimões. Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) O município se estende por 19 745,9 km² e conta com aproximadamente com 40.837 habitantes (2021). A densidade demográfica é de 2 habitantes por km² no território do município. (Referencia)

Figura 1: Mapa do Amazonas. Em destaque o Município de São Paulo de Olivença.



Fonte: Adaptada de google maps (2022)

A pesquisa foi desenvolvida nos estabelecimentos comerciais locais, empreendidos, com portes Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME), que adotam como atividades principais os códigos CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4712-1/00 e 4711-3/02, respectivamente, comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios- minimercados, mercearias e armazéns.

2.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

Quando se deseja colher informações sobre um ou mais aspectos de um grupo grandioso ou numeroso, verifica-se, muitas vezes, ser praticamente impossível fazer um levantamento do todo. Daí a necessidade de investigar apenas uma parte dessa população ou universo. (MARKONI; LAKATOS 2018).

Para GIL (2010)

Os levantamentos abrangem o universo de elementos tão grande que se torna impossível considera-los em sua totalidade. Por essa razão o mais frequente é trabalhar com uma amostra, ou seja, como uma pequena parte dos elementos que se compõe o universo. Quando essa amostra é rigorosamente selecionada os resultados obtidos no levantamento tende a aproximar-se bastante dos que seriam obtidos caso fosse possível pesquisar todos os elementos do universo e, com auxílio de procedimentos estatísticos, torna-se possível até mesmo calcular a margem de segurança dos resultados obtidos.

Este trabalho obteve o tamanho da amostra a partir da fórmula apresentada por Barbeta (2012, p. 58), conforme disposto a seguir:

$$n_o = \frac{1}{E_o^2} \quad \frac{N \cdot n_o}{N + n_o}$$

Onde:

N = tamanho (número de elementos) da população;

n = tamanho (número de elementos) da amostra;

n_o = uma primeira aproximação para o tamanho da amostra; e

E_o = erro amostral tolerável.

$$n_o = \frac{1}{E_o^2} = n_o = \frac{1}{0,05^2} = n_o = \frac{1}{0,0025^2} = 400 \text{ elementos}$$

O erro amostral tolerável (E_o) de 5%, teremos 400 elementos como amostragem inicial.

$$\frac{N.n_o}{N+n_o} = \frac{217 \times 400}{217+400} = \frac{86800}{617} = 140,68 = 141.$$

2.4 INSTRUMENTO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Neste item podemos esclarecer os caminhos ou métodos que foram realizados durante a execução e uso do instrumento. Neste sentido Gil (2010) explica que para a coleta de dados nos levantamentos são utilizadas as técnicas de interrogação: o questionário, a entrevista e o formulário. Por questionário entende-se um conjunto de questões que são respondidos por escrito e pelo pesquisado. Entrevista, por sua vez pode ser entendida como a técnica que envolve duas pessoas numa situação “face a face” e em que uma delas formula questões e a outra responde. Formulário, por fim, pode-se definir como a técnica de coleta de dados em que o pesquisador formula questões previamente elaborada e anota as respostas.

Qualquer que seja o instrumento utilizado convém lembrar que as técnicas de interrogação possibilitam a obtenção de dados a partir do ponto de vista dos pesquisadores. Assim, o levantamento apresentará sempre algumas limitações no que se refere ao estudo das relações sociais mais amplas, sobre tudo quando estas envolvem variáveis de natureza institucional. No entanto, essas técnicas mostram-se bastante úteis para obtenção de informações acerca do que a pessoa “sabe, crê ou espera, sente ou deseja, pretende fazer, faz o fez, bem como a respeito de suas explicações ou razões para quaisquer das coisas precedentes” (ZELLTIZ, 1967 apud GIL 2010).

A coleta de dados para este trabalho foi realizada através de um questionário composto de 20 questões fechadas, em sua maioria de múltipla escolha, abordando

as características dos comércios paulivenses em relação ao perfil do empreendedor, benefícios e dificuldades em suas atividades comerciais, formalização (vantagens e desvantagens).

Para que os dados da pesquisa sejam livres de erros introduzidos o preenchimento pelo pesquisadores, ou por outras pessoas, é necessário supervisionar rigorosamente a equipe coletora de dados. Primeiramente é preciso garantir que os pesquisadores sejam honestos e não colem dados enviesados. (GIL, 2010).

Os questionários de pesquisa, foram realizadas entre os dias 28, 29, 30, 31 de março de 2022, em 141 comércios distribuídos por toda a cidade de São Paulo de Olivença, com os proprietários e gerentes (na ausência dos primeiros) destes estabelecimentos, se conto com a contribuição de duas pessoas colaboradoras que de forma antecipada se treinou, desta forma foi realizado a pesquisa.

2.5 TABULAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Uma vez finalizada a coleta dos dados, obtidos por meio da aplicação dos formulários nos comércios dos empreendedores do município de São Paulo de Olivença. A tabulação é definida por Abramo (1979), como sendo “arrumação dos dados em tabela, de maneira a permitir a verificação das relações que eles guardam entre si”. Ela é uma parte do processo da técnica de análise estatística dos dados obtidos por meio desse processamento são transferidos para as tabelas a fim de serem observados e submetidos a análise.

Foi utilizado o programa *Excel* para conseguir tabular, por meio de quadros e gráficos, desta forma poder elucidar e explicar de forma clara e precisa.

Neste trabalho se optou por apresentar os dados da pesquisa (exceto o Perfil do empreendedor) em gráficos de pizza, pois são os mais simples de explicar. Estes por sua vez ficam bem evidentes no momento de apresentar os resultados permitindo o leitor entender com maior facilidade.

CAPITULO III

3. 1 ANÁLISES E RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados a análise e discussão dos resultados oriundas da pesquisa realizada em São Paulo de Olivença/AM nas Micros e Pequenas Empresas. Este estudo, buscou-se identificar a formalização das micros e pequenas empresas, analisadas por meio da aplicação de um questionário optativos, preenchido sob termo de consentimento e esclarecido cedida aos proprietários e;ou responsáveis legais das 141 empresas visitadas.

O capítulo está dividido em dois tópicos dispondo-se das atribuições dos resultados de forma mais lógica e sistemática, com intuito de facilitar conhecimentos e vivência adquiridos durante este estudo para leitores e a melhor interpretação dos resultados. Neste capítulo abordam: Perfil e Caratcerização dos empreendedores formalizados e não formalizados; Benefícios, conhecimentos e dificuldade gerados no processo empresarial.

3.2 PERFIL E CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDEDORES

O Empreendedor que Aprende ou Inesperado tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que quando menos esperava se deparou com uma nova oportunidade e decidiu em mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. É a pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível. 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”. Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira a não ser que já tenha sido demitido ou esteja prestes de acontecer. Antes de virar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver com as atividades de um negócio próprio (DORNELAS, 2005).

Quadro.1 Perfil dos Empreendedores (Cacterísticas Socio-Demográficas).

Perfil do empreendedor		
Gênero	Feminino	35%
	Masculino	65%
		100%

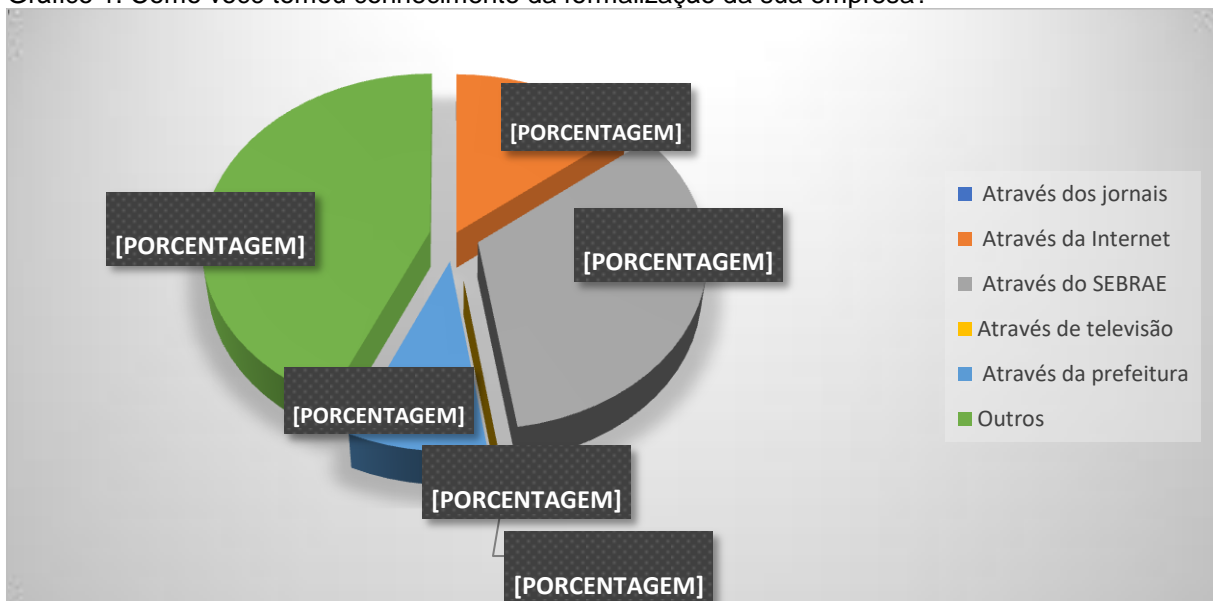
Faixa etária	20 a 45	52%
	45 a 65	32%
	65 a mais	16%
		100%
Nível de escolaridade	Fundamental incompleto	8%
	Fundamental completo	13%
	Médio ou técnico incompleto	10%
	Médio ou técnico completo	48%
	Superior incompleto	6%
	Superior completo	15%
		100%
Sua ocupação antes de empreender	Estava desempregado	55%
	Estava empregado sem carteira assinada	16%
	Estava empregado com carteira assinada	0%
	Ja tinha meu negócio e ja era formalizado	0%
	Ja tinha meu negócio entre 2 a 5 anos, mas era informal	29%
		100%
Setor do empreendimento	Comércio	48%
	Industria	0%
	Serviço	19%
	Outros	33%
		100%
Formal	Sim	62%
	Não	38%
		100%

Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022)

O quadro 1 identificamos que a maioria desses empreendedores são homens com 65% e 35% são as mulheres; a faixa etária está entre os mais jovens com 52% de 20 a 45 anos, 32% de 45 a 65 anos e 16% com 65 anos ou mais; estes empreendedores em termo de escolaridade somam a maioria em ensino médio ou técnico completo com 48%, superior completo 15%, Fundamental completo 13%

Médio ou técnico incompleto 10%, Fundamental incompleto 8%, Superior incompleto 6%; Sua ocupação antes de empreender foi o motivo porque estava desempregado estipulado em 55%, Já tinha meu negócio entre 2 a 5 anos, mas era informal 29%; Estava empregado sem carteira assinada 16%; Já no setor do empreendimento foi constatada que a maior parte é em outros setores além do que está no questionário, ou seja “vestuários” loja de confecções somando então 33%; Comercio 48%, Serviço 19%; quando questionados sobre a formalidade, 62% afirmaram que eram formais, e 38% disseram que não eram formalizados; as demais opções não obtiveram ponto.

Gráfico 1. Como você tomou conhecimento da formalização da sua empresa?

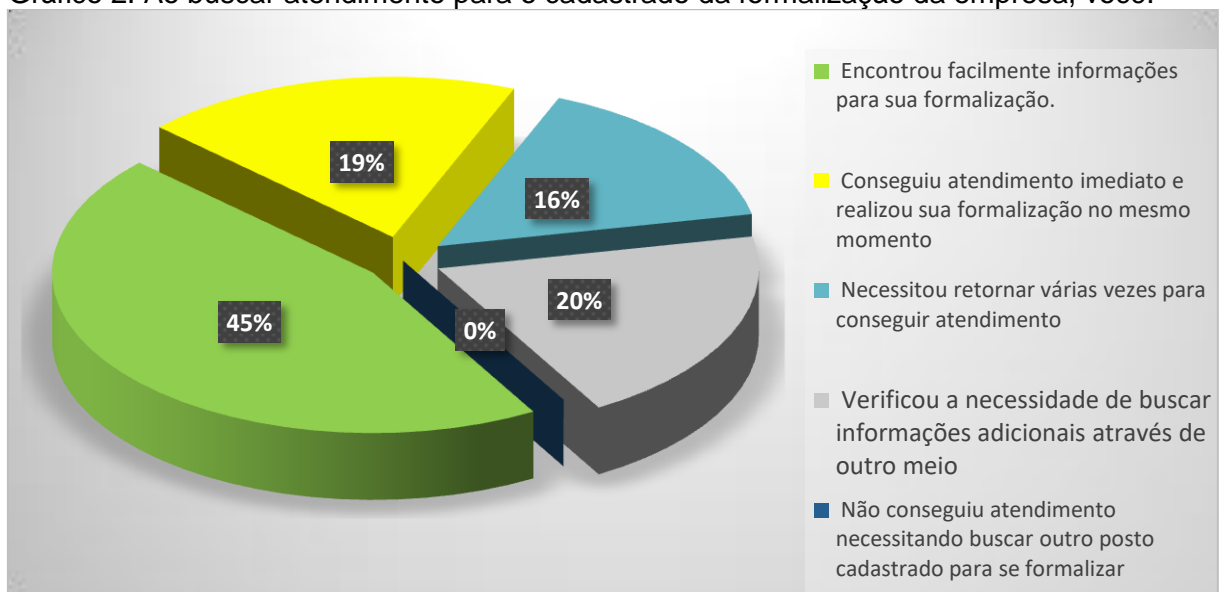


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Esta figura identificou as formas que cada empreendedor tomou conhecimento da formalização da sua empresa, 44% dos empreendedores entrevistados apontam que tomaram conhecimento através de outros meios de informação, como a circulação de informes de vizinhos, amigos, e também outros empreendedores, o que torna curioso é que as informações passadas são de concorrentes; 33% desses empreendedores apontam que foi pelo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que geralmente são

transmitidas por palestras na cidade, WhatsApp, e carro volante; 14% afirmaram que foi por meio da internet (mídias sociais) o meio de informação mais rápido atualmente; 9% obtiveram conhecimento através da prefeitura, onde segue a constante procura por licença de alvarás, e as demais alternativas não obtiveram nenhum ponto.

Gráfico 2. Ao buscar atendimento para o cadastrado da formalização da empresa, você:



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Nesta questão buscou-se analisar como foi o atendimento para o cadastro da formalização das empresas, conforme mostra o gráfico, 45% dos empreendedores afirmaram que: encontraram facilmente informações para sua formalização. Que para a realização do cadastro basta ter em mãos o Registro Geral (RG), Cadastro de pessoa física (CPF), endereço completo, número de celular e o título de eleitor, o cadastro é realizado no Portal do Empreendedor; 20% disseram que verificou a

necessidade de buscar informações adicionais através de outro meio (sites, e mídias); 19% conseguiu atendimento imediato e realizou sua formalização no mesmo momento; 16% necessitou retornar várias vezes para conseguir atendimento, devido ao horário de atendimento que funciona de 8hrs às 11horas atendimento ao público e de 14:00horas as 17:00horas atendimento externo, estes respondentes alegam que pela parte da manhã o fluxo de pessoas em seus respectivos estabelecimentos é maior, e por esse motivo não conseguem ir até a sala do empreendedor realizar o cadastro, fazendo com eles retornem várias vezes; E as demais questões não obtiveram nenhuma pontuação.

3.3. BENEFÍCIOS, CONHECIMENTOS E DIFICULDADES GERADAS PELA FORMALIZAÇÃO DO MEI (MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL)

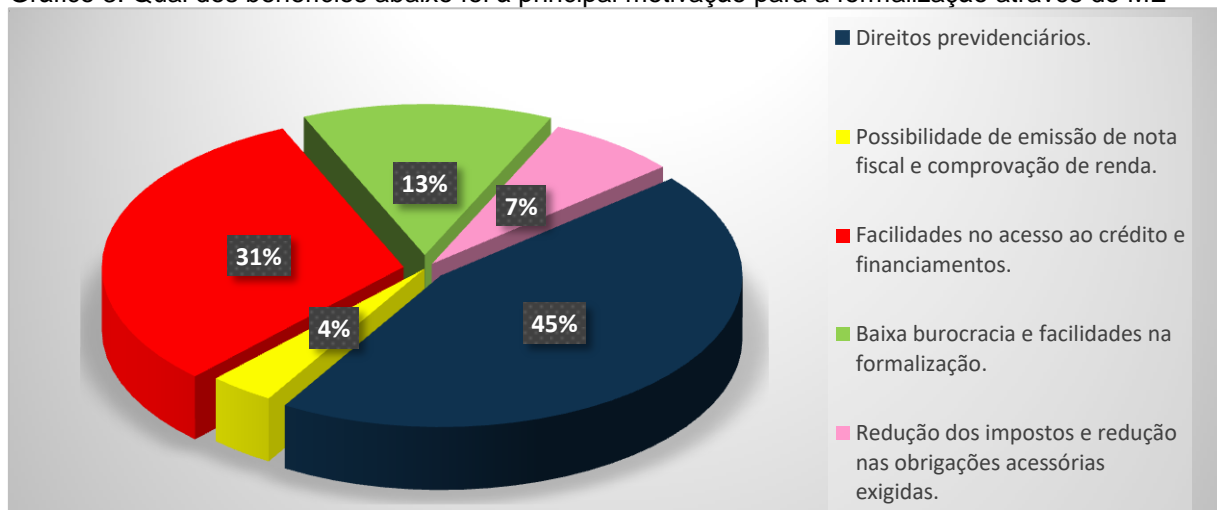
O MEI foi criado para tirar os indivíduos que trabalham informalmente e torná-los pequenos empresários formalizados, gerando benefícios e contribuindo para o crescimento daqueles empreendedores que assumem riscos e de alguma forma desejam continuar com seu empreendimento mesmo que hajam dificuldades antes, durante e após o processo de formalização.

Trabalhador informal é aquele que não está vinculado a leis trabalhistas sociais, não possui carteira assinada, é aquele que trabalha como autônomo ou mesmo aquele trabalhador de fundo de quintal e, pode ser até mesmo, o assalariado, porém, sem vínculo empregatício (ALVES; ALMEIDA, 2009; KON, 2004).

Já o trabalhador formal, é aquele empregado que de alguma forma está incluso a leis trabalhistas, bem como o funcionário público, o trabalhador de fundo de quintal, porém registrado, empregados com registros em carteira, direitos previdenciários, empresa em seu nome e também ao microempreendedor individual são considerados para exemplos de trabalhadores formais (BASTOS, 2004).

A alta taxa de desemprego mais a crise nesse período de pandemia levou um grande número de pessoas a buscar sustento e garantir suas sobrevivências em diversas atividades informais, como por exemplo, no ramo alimentício em pequenas lanchonetes, churrascarias, fest food, cafeterias e etc. Alguns desses empreendimentos deram tão certo que já se pensa em formalizar seu negócio e entrar para mercado tão competitivo que se tornou hoje.

Gráfico 3. Qual dos benefícios abaixo foi à principal motivação para a formalização através do ME

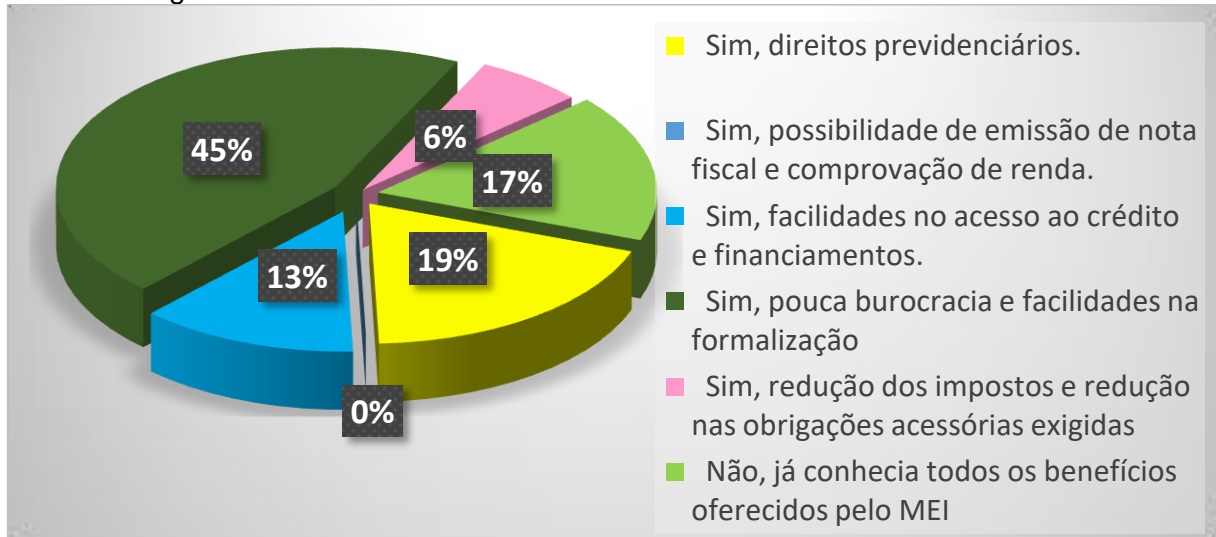


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

A pesquisa identificou nesta questão qual dos benefícios foi a principal motivação para a formalização da empresa, 45% disseram que foi pelos direitos previdenciário, eles alegam que estão com a aposentadoria garantida, 31% afirmaram que foi pelas facilidades no acesso ao crédito e financiamentos, item importante para o crescimento empresarial, pois há um capital de giro maior e a isto se soma maior investimento, 13% pela baixa burocracia e facilidades na

formalização, estes responderam que não tiveram complicações no momento de procurar abertura da empresa; 7% Redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas, pois, a taxa de pagamento da obrigação é mínima; e 4% afirmaram que foi possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda, este facilita na compra e venda dos produtos do negócio.

Gráfico 4. Algum dos benefícios abaixo não era conhecido antes de você se formalizar?

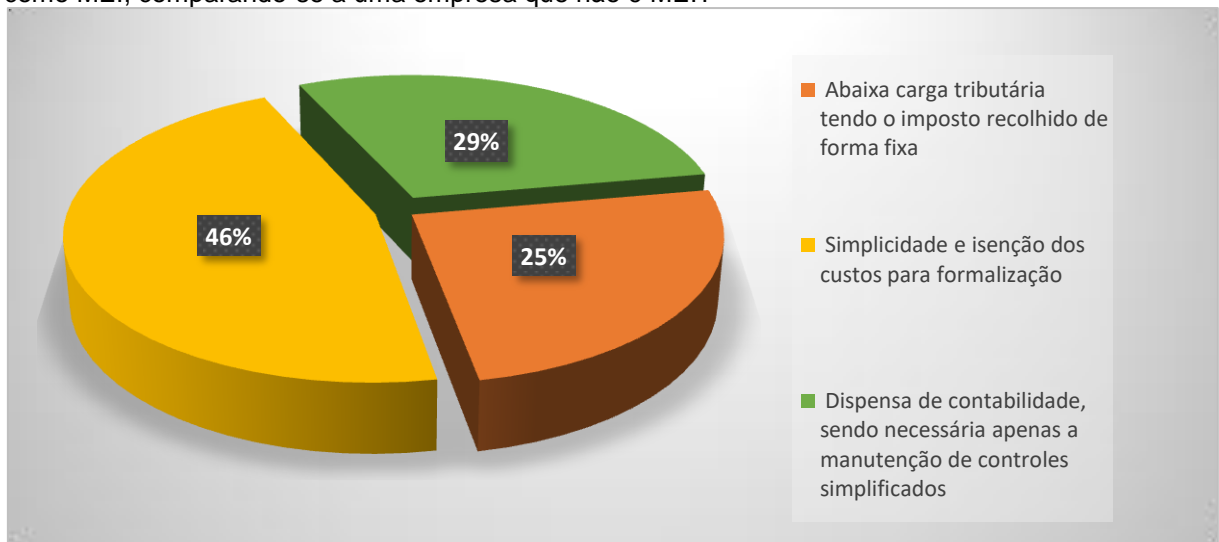


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Observa-se que esta questão verificou-se identificar quais os benefícios que não eram conhecidos antes da formalização da empresa; 45% disseram que sim, que tiveram pouca burocracia e facilidades na formalização, neste caso os mesmos alegaram que foram bem recebida que no tempo que abriram havia pessoas de boa índole que ajudaram no processo burocrático (relato dos próprios empreendedores no momento de receber de volta o questionário) ;19% afirmaram que não sabiam

dos direitos previdenciários, conseqüentemente estes desconheciam do seus deveres e direitos, alegam que passaram a gostar após tomar conhecimento dos direitos que passaram a ter; 17% apontaram não, que já conheciam todos os benefícios oferecidos pelo MEI, inclusive foi fator fundamental para se formalizarem; 13% disseram que não conheciam as facilidades no acesso ao crédito e financiamentos, muitos destes conseguiram empréstimos e cresceram empresarialmente; 6% responderam que não conheciam as reduções dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas, dos quais acharam vantajoso e motiva a continuar como empreendedores; a outra questão não obteve nenhum ponto.

Gráfico 5. Qual das vantagens abaixo você considera ser relevante para uma empresa formalizada como MEI, comparando-se a uma empresa que não é MEI?

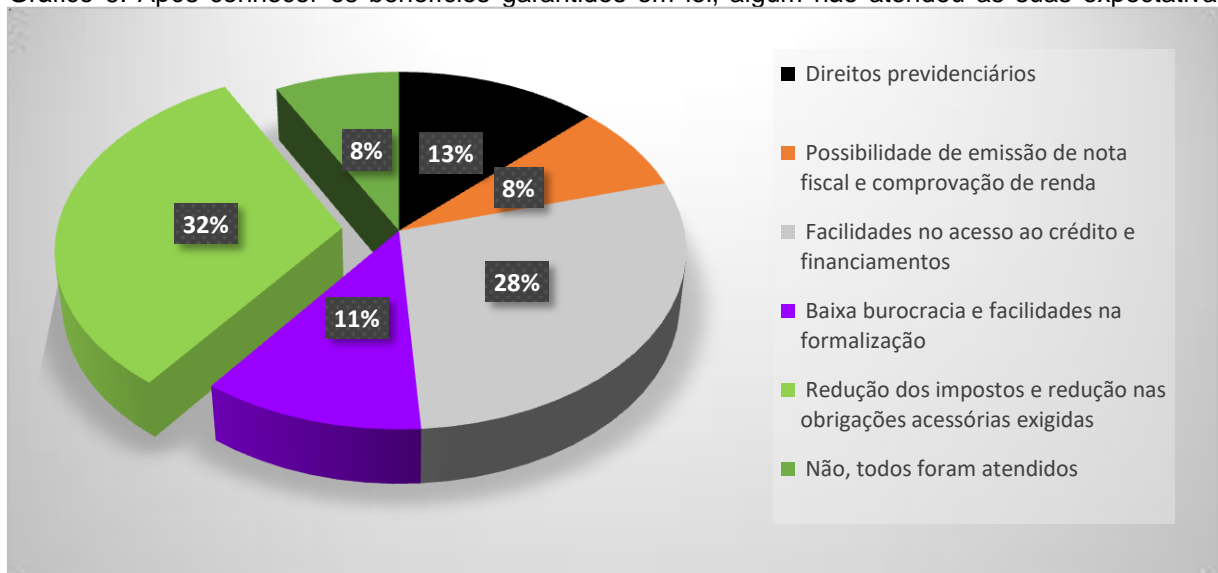


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

No que diz respeito aos interesses dos respondentes essa questão identificou quais das vantagens considera ser mais relevante para uma empresa formalizada como MEI, comparando-se a uma empresa não enquadrada como MEI, 46% responderam que a vantagem foi a Simplicidade e isenção dos custos para

formalização, acesso de empréstimos, acesso ao uso diversas formas de pagamento nas compras realizadas no empreendimento, tipo pix, ou cartão de credito, etc. 29% disseram que a vantagem foi a dispensa de contabilidade, sendo necessária apenas a manutenção de controles simplificados, pois pagar algum contador gera custos, inclusive há suporte online para realizar essa atividade. 25% baixa carga tributária tendo o imposto recolhido de forma fixa, pois o imposto não altera e o empreendedor já sabe da obrigação com valor baixo e fixo.

Gráfico 6. Após conhecer os benefícios garantidos em lei, algum não atendeu as suas expectativa

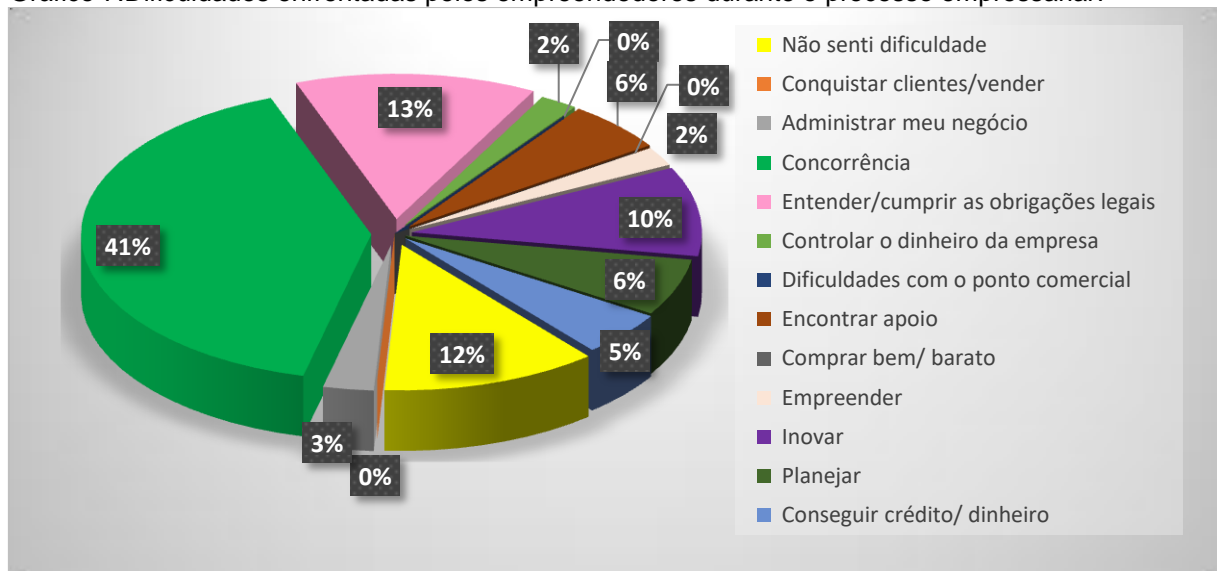


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

A questão 6 identificou quais os benefícios garantidos em lei, não atenderam às expectativas dos empreendedores após a formalização, 32% afirmaram que não atendeu suas expectativas foi a redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas, acreditam estarem pagando ao governo, e que não sabem se

futuramente terão retorno, 28% responderam que foi a facilidade no acesso ao crédito e financiamentos, alegaram que anteriormente era muito mais difícil ceder a crédito os mesmos afirmaram que no cenário atual está sendo menos difícil, que segundo eles o processo para empréstimos melhorou após a pandemia isto enquanto empréstimos ao que se referem para com as entidades financeiras do governo, agora quando se refere a bancos particulares não mudou (burocraticamente), 13% direitos previdenciários, pois ao procurar a Previdência Social, estes empreendedores encontraram dificuldades referente ao benefício procurado; 11% baixa burocracia e facilidades na formalização, as informações sobre a facilidade na formalização dos, não atendeu a perspectiva de quem estava procurando formalizar a empresa, pois ao chegar no SEBRAE, a realidade é outra, ou seja, facilidades pra uns, burocracia para outros. 8% possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda, dificuldades na devida tramitação dos documentos online (neste caso), e 8% afirmaram que todos foram atendidos.

Gráfico 7. Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores durante o processo empresarial?

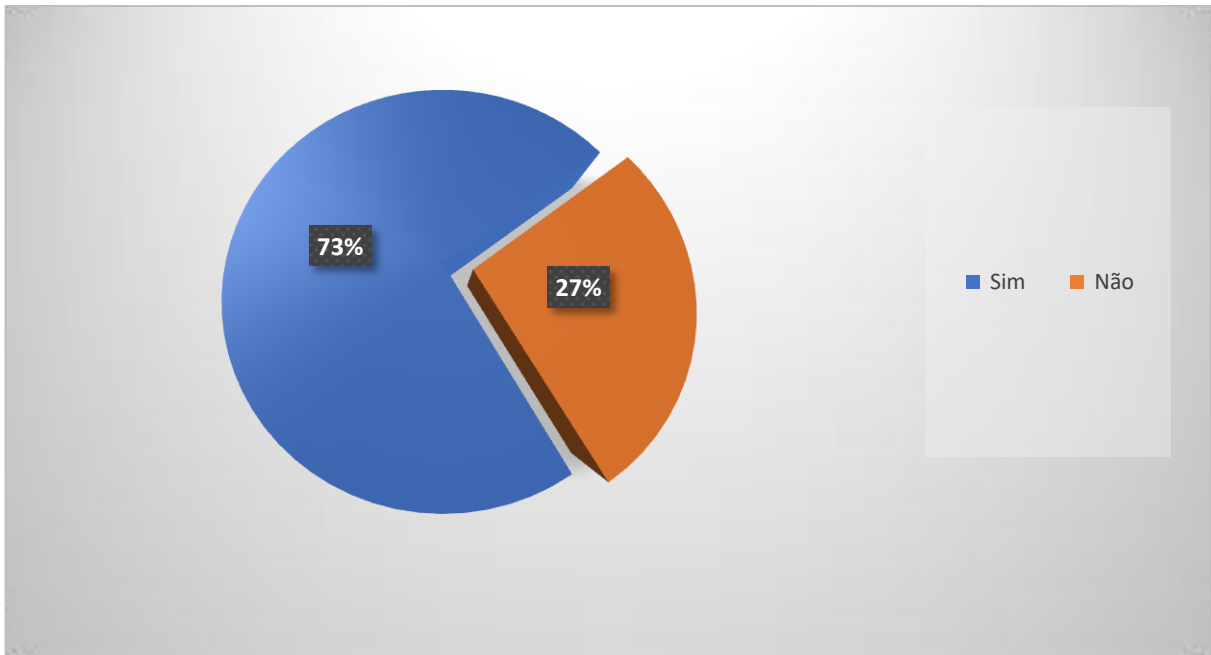


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Nesta representação grafica verificamos quais são as dificuldades enfrentadas que o os empreendedores enfrentaram depois da formalização, 41% responderam que a concorrência, muito são empresários bem sucedidos e com capital de grande envergadura esta seria a principal dificuldade mais enfrentada, 13%

entender/cumprir as obrigações legais, sabe-se que existe despesas e muitos dos mesmos não são disciplinados e não tem controles contábeis, desta forma não é possível ter uma “saúde” financeira que permita cumprir com suas obrigações burocráticas e econômicas; 12% informaram que “não senti dificuldade”, ou seja, conseguiram de forma satisfatória empreender, muitos destes com locais próprios, por esta razão seria que não acharam dificuldades; 10% alegaram a dificuldade em inovar, isto enquanto se referem a implantação das tecnologias, transferência digitais (pix) uso de maquininhas, ou até uso de aplicativos financeiros; 6% encontrar apoio, esta alternativa se refere “apoio” para os empreendedores, especificamente na pandemia (Covid-19) não houve uma orientação de que? Como? Quando? Vender, apoio técnico é necessário (comentários dos próprios empreendedores), estes sentem falta de reuniões ou campanhas técnicas para os mesmos estarem atualizados em todos os sentidos; 6% Planejar a regra principal do negócio, como foi supracitado os empreendedores especificamente aqueles que estão iniciando tem dificuldade em se planejar ou criar processos planejados que os permita atingir seus objetivos que no primeiro caso seria de obter lucro, desta forma se manter no mercado, 5% Conseguir crédito/ dinheiro para aqueles que são novatos ou não tem um tempo necessário que se requer para empréstimos substanciais, afirmam que é preciso ter algum avalista ou exigem alguns outros documentos, que os faz perder a motivação de emprestar, pois mesmo que consigam seria um empréstimo de um valor menor ao desejado; 3% administrar meu negócio, pois muitos conseguem empreender de forma empírica pelo simples ato de gostar e se esforçar para fazer acontecer as coisas, desta forma se deparam que para se administrar qualquer negócio tem que ter conhecimento de algumas técnicas ou habilidades específicas; 2% controlar o dinheiro da empresa, empreendedores novatos ou iniciantes misturam o capital com lucros e despesas, entre outros gastos desta forma não há o controle do fluxo de caixa, assim o dinheiro não é controlado, 2% empreender, antes de empreender acreditavam que era fácil, mais a sobrevivência é difícil, entretanto, esse reconhecimento faz que continuem firmes, parece algo contraditório mais é o que transmitiram na pesquisa; Enquanto as demais questões não pontuaram.

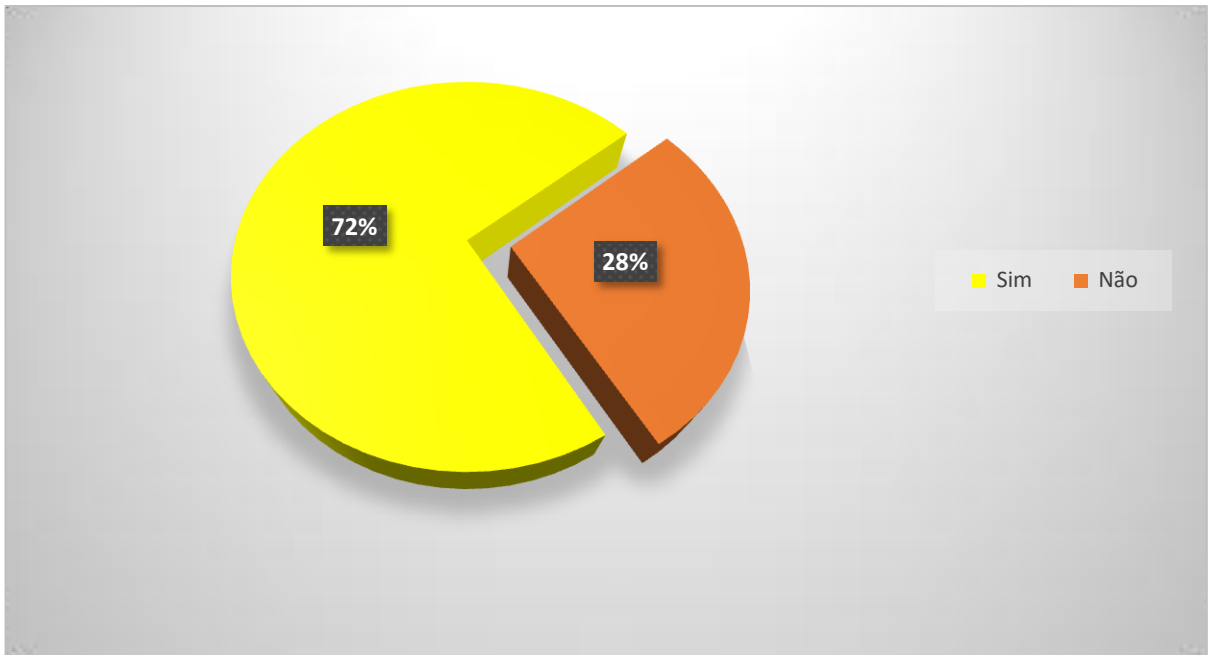
Gráfico 8. A formalização contribuiu no aumento das vendas/dos serviços?



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Observa-se nesta representação gráfica que 73% dos respondentes afirmaram que a formalização contribuiu no aumento das vendas/dos serviços, pois estando com CNPJ, acederam não somente a empréstimos mas também acesso a compras feitas de forma digital ou presencial, desta forma com muito mais variedades de produtos, as vendas cresceram e inclusive tiveram que contratar um “ajudante” (funcionário) nome da empresa e 27% disseram que a formalização não contribuiu para suas vendas e seus serviços, estes alegam que evitam burocracia e que so faz atrapalhar seus negócios (empreendimentos), somente quando serem empresas maiores irão se formalizar.

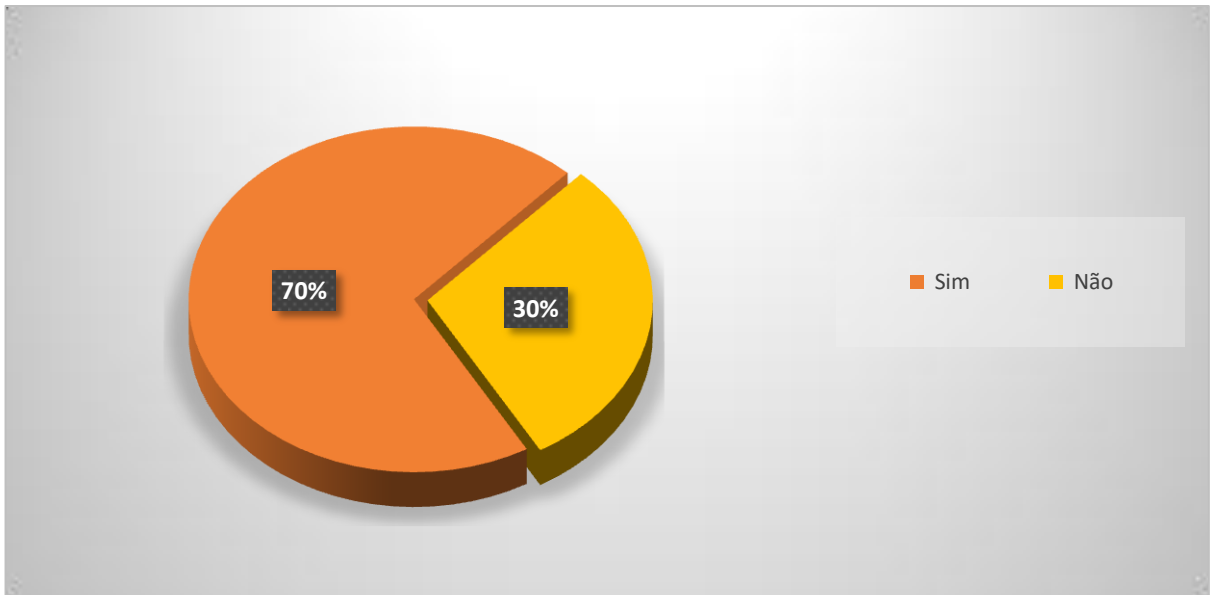
Gráfico 9. A formalização contribuiu, na melhora, das condições de compra com seus fornecedores?



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Como podemos observar no gráfico a maioria (72%) dos respondentes afirmaram que a formalização contribuiu na melhora das condições de compra com seus fornecedores, pois, os mesmos podem gerar faturas ou boletos com o seu CNPJ desta forma fica viável e confiável, além disso obtém até reembolso em caso de extravios garantem recuperar os produtos ou dinheiro se caso já tinha sido pago. 28% disseram que a formalização não contribuiu, na melhora, das condições de compra com seus fornecedores. Na sua maioria destes compra a nome de terceiros e de alguma forma se acostumaram a trabalhar dessa forma, nesse sentido não viam vantagem, entretanto, após algumas informações passadas durante a pesquisa ficaram de pensar em se formalizar

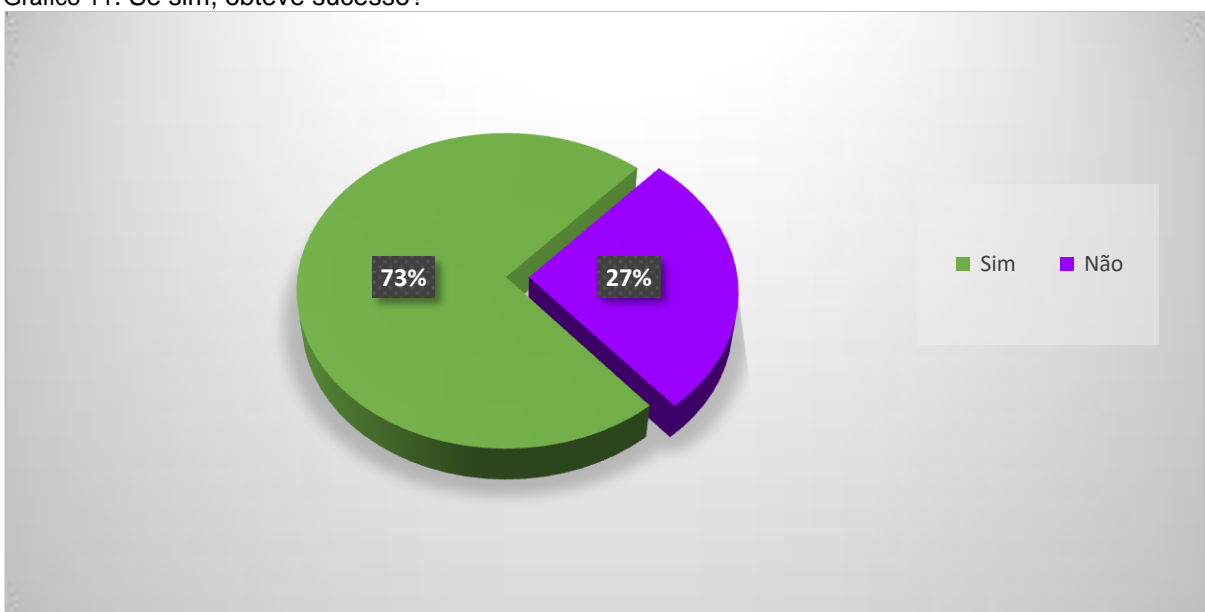
Gráfico 10. Solicitou algum tipo de crédito/empréstimo?



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Nesta análise grafica buscou-se identificar se os respondentes solicitou algum tipo de crédito/empréstimo, 70% responderam que sim, posto que é fundamental ter um capital de giro, que permita adquirir as mercadorias e desta forma investir no crescimento empresarial. Já 30% responderam que não, acreditam que ainda não chegou o momento para se endividar com os bancos, entretanto, a melhor forma encontrada por alguns empreendedores é o empréstimo à agiotas locais, mesmo sabendo que a prática desse financiamento é ilegal, além disso alguns se agenciaram de empréstimos feitos entre seus familiares.

Gráfico 11. Se sim, obteve sucesso?

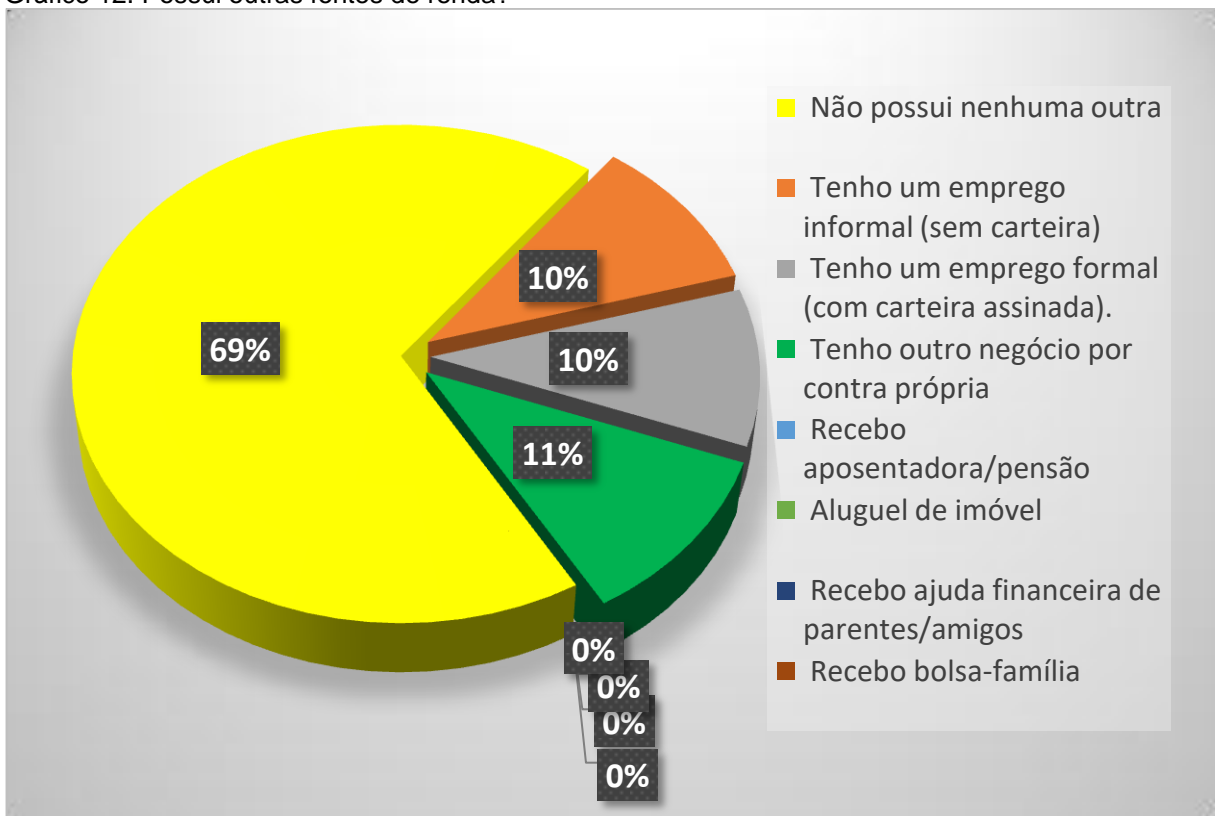


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Dando sequência a pergunta do gráfico anterior, para quem respondeu (sim)

procuramos identificar se a micro ou pequena empresa obteve sucesso ou não com o crédito/empréstimo. 73% responderam que sim, os mesmos comentaram que demorou um pouco mais eles conseguiram, ainda mencionaram que a Agência de Fomento do Estado do Amazonas (AFEAM) tem os juros mais baixos frente a outros bancos. 27% responderam que não conseguiram sucesso enquanto ao empréstimo, pois, em alguns casos faltou a documentação exigida, por esse motivo não conseguiram empréstimo.

Gráfico 12. Possui outras fontes de renda?

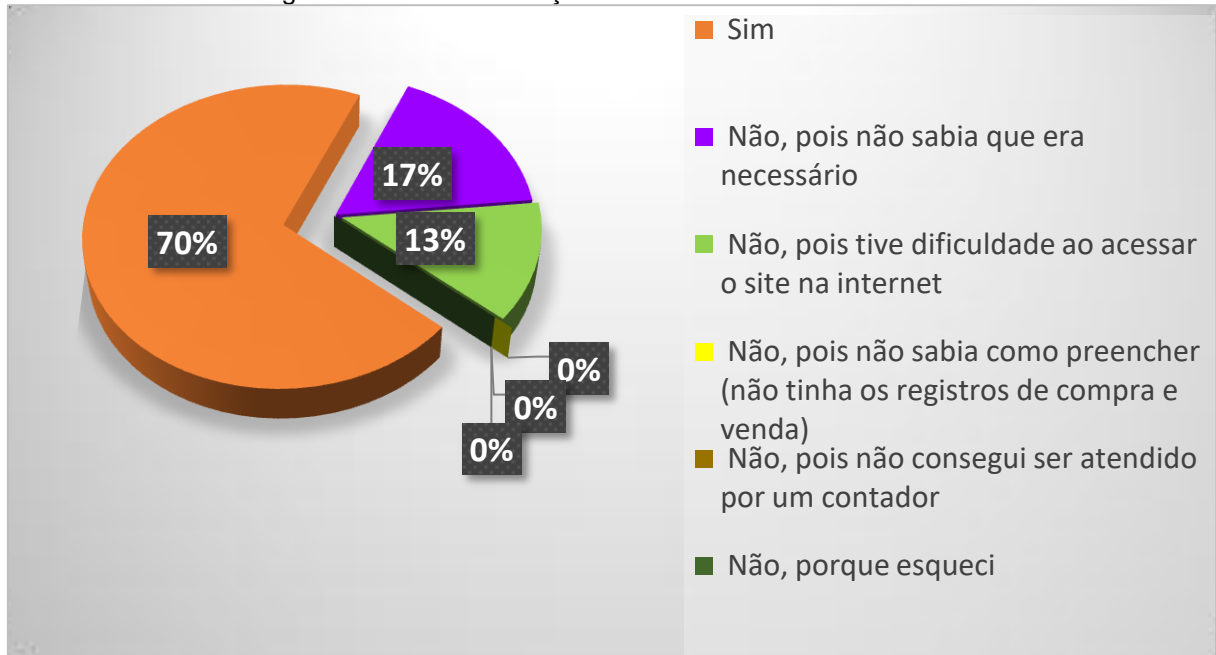


Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

A questão 12 buscou analisar se os respondentes possuem outra fonte de renda além de atuar como empreendedores; 69% afirmaram que não possui outra renda, que mantém exclusividade com o negócio empreendido (afirmam que da para sobreviver); 11% disseram que tem outro negócio por conta própria, ou seja, dentro da mesma família, estes possuem um outro estabelecimento que seja no mesmo ramo ou diferente, com a responsabilidade da esposa ou filhos; 10% dizem ter Tenho um emprego informal (sem carteira), os mesmos fazem outros “bicos”, exemplos frete, ou oferecem algum serviço fora aparte de forma autônoma. Os outros 10% responderam Ter um emprego formal (com carteira assinada), alguns trabalham por intervalos de horários como serviços gerais em alguns caso de

segurança, estes mantêm em paralelo o empreendimento, auxiliado por algum familiar. As demais questões não apontam nenhuma resposta.

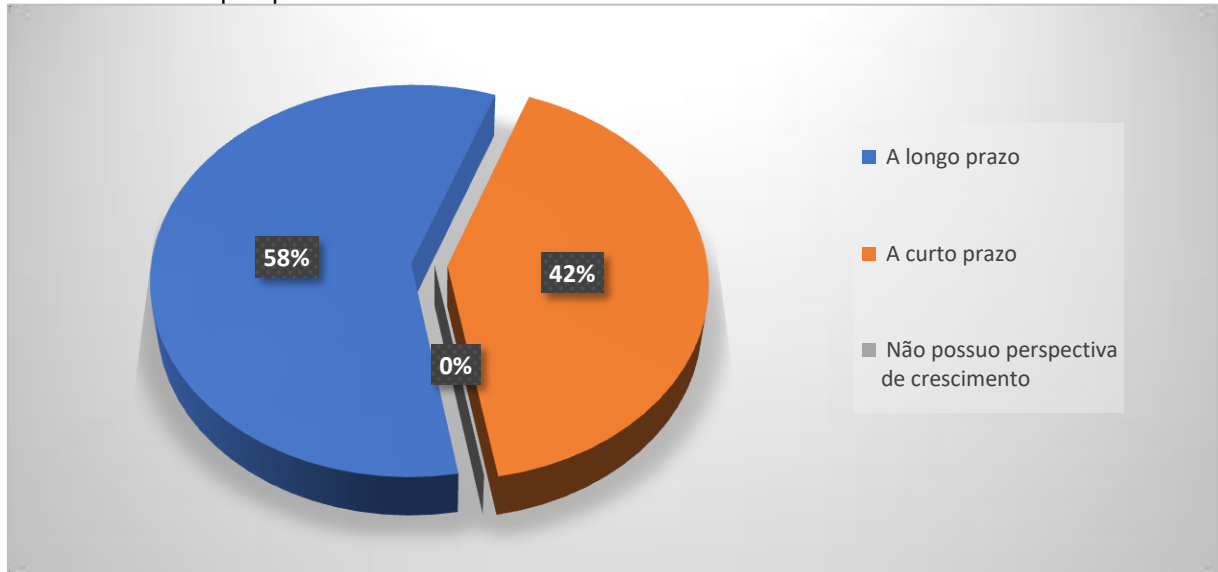
Gráfico 13. Você entregou sua última declaração anual de rendimentos?



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Observa-se que nesta questão foi feita uma análise investigativa sobre a entrega da última declaração anual de rendimentos, 70% dos pesquisados responderam que foi feita a entrega da declaração, neste grupo dos empreendedores pesquisados é aqueles que estão de fato formalizados e seguindo o ritual administrativo e burocrático. 17% justificaram que não sabiam que era necessária, estes ignoravam totalmente o processo, mesmos por que não receberam orientação alguma (segundo os próprios); 13% afirmaram que não entregaram por dificuldade ao acessar o site na internet, estes sabem que é preciso realizar esse processo, no entanto, estão atrasados com a declaração anual. As demais alternativas não pontuaram.

Gráfico 14. Possui perspectiva de crescimento?



Fonte: Feito pelo Pesquisador (2022).

Conforme mostra-se na questão 15, se procurou identificar a perspectiva de crescimento ou evolução enquanto empreendedor, seja este Micro Empreendedor ou pequena empresa, 58% responderam que possuem perspectiva de crescimento a longo prazo, entretanto, são cientes que com o cenário atual e a inflação, cria incertezas, perante a isto estão dispostos a correr esse risco.

Logo 42% afirmam que não possuem perspectiva de crescimento, por causa do supramencionado, temem a inflação (subida de preços) que cada vez fica insustentável, e menos viável, por exemplo para quem paga frete, estivadores entre outros custos que tem a ver com a logística. Nesse sentido acreditam não ter perspectivas, este é um dos fatores que desanima de continuar como empreendedores, inclusive alguns estão pensando fechar assim que venderem seus produtos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreendedorismo é o efeito de atuar em algo novo, é quando suas ideias saem de planos e começam a ganhar forma e passam a ser aplicadas na prática.

Investir na imaginação e na criatividade para desenvolver um projeto é perfil para um grande empreendedor, a autoconfiança já é o bastante para quem está pronto para assumir os riscos, superar desafios e acreditar sempre em dias melhores.

Atualmente este conceito vem ganhando espaço, tornando pessoas e ideias novas em ramos diferenciados. Para isso é preciso delinear um plano de negócio onde la estará presente a melhor forma de guiar sua empresa, é através desse plano que suas metas e objetivos serão alcançados, o planejamento sempre será o caminho mais propício para alcançar bons resultados o que torna ele fundamental para qualquer negócio.

Fora isso a atenção sobre a criação e gestão de pequenos negócios vem crescendo diariamente, tanto no que se refere ao desenvolvimento do comportamento do empreendedor, como também para o direcionamento de investimentos e na profissionalização da gestão de pequenos negócios.

Dentre as contribuições dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento da economia é importante destacar a geração de emprego e renda, isso faz com que aumente a demanda de novos produtos e/ou serviços, fazendo com que surja a necessidade de aumentar a oferta e com isso a criação de novas empresas no mercado.

Desta forma pode-se afirmar que a formalização dos empreendedores traz vantagens socioeconômicas que se reflete no desenvolvimento local. Além disso a formalização das micro e pequenas empresas irão trazer futuramente benefícios e novos incentivos para quem está empreendendo.

Uma outra questão é a “burocracia”, no processo empresarial, é vista como desvantagem, conforme a leitura e interpretação dos dados refletidos na pesquisas, muitos dos empreendedores encontram-se insatisfeitos, pois a burocracia não é simples como é divulgado nas diversas instituições e meios de comunicação.

Diante desse cenário que estamos vivendo atualmente, a necessidade de continuar firme com o empreendimento é um apego da maioria dos pesquisados, e os mesmo animam aos que ainda se encontram com dúvida para empreender, é um

desafio que pode ser atingido da melhor forma por qualquer pessoa.

REFERÊNCIAS

BARRETO, R. R., OLIVEIRA, E. S., DANTAS, A.B., FREIRE DOS SANTOS, P.C. Potencial empreendedor: uma comparação sob três metodologias. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – 2012.

BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística aplicada às Ciências Sociais. 8. ed. rev. Florianópolis: Editora da UFSC, 2012.

CIELO, I.D. Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor – 2004. Executive Report. Paperssrncom. Retrieved from <http://library.ecce.me/08010703.pdf>

LA FALCE, J. L, MUYLDER, C. F. Inovação, qualidade em serviços e empreendedorismo: estudo de caso de uma empresa franqueada do setor de varejo no ramo da moda. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2012.

OLIVEIRA, L.F.D.; SPROESSER, R.; CAPISTRANO M.E. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. Revista de Ciências da Administração, 11 (24), 246-277, 2009.

SEBRAE. Boletim Estudos e Pesquisas. Número 61. www.m.sebrae.com.br – Acesso em 06 de abr. 2022.

SEBRAE. Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira: Relatório Executivo. www.sebrae.com.br – Acesso em 06 de mar. 2022.

DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados; 1999.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ELIAS, N. Estudos sobre a gênese da profissão naval: cavalheiros e tarpaulins. Mana, v. 7, n. 89, p.116, 2001.

GERBER, M. E. O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1992.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. Porto alegre: Bookman, 2004.

LUECKE, R. Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios. Rio de Janeiro: Record, 2007.

NETO, S. P. ; SALES, A. H. L. Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil. Anais do ENANPAD – XXVIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Curitiba: ANPAD, 2004.

SEBRAE NACIONAL; SEBRAE MG. Fatores condicionantes da mortalidade das Pequenas e Médias Empresas. Brasília: Coletânea Estatística, 2020.

VALEI, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. Revista Era. v. 7, n. 1. 2008.

MORIOCHI, Luiz; GONÇALVES, José S., Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter: uma revisão crítica, Informações Econômicas, SP, v.24, n.8, ago. 1994.

COSTA, A. M. da; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 15, n. 2, apr. 2011.

McCRAW, Thomas, K., O Profeta da Inovação : Joseph Schumpeter e a Destruição Criativa, Rio de Janeiro, Editora Record, 2012.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. São Paulo: Scipione, 2020.

TRIPODI, Tony et al. Análise da pesquisa social: diretrizes para o uso de pesquisa em serviço social e em ciências sociais. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de Pesquisa. 8. ed. São Paulo Atlas, 2018.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CERVO, Amado L.: BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. Metodologia científica. 6.ed. São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.

SELLTIZ, C. Et al. Métodos de pesquisa nas relações sociais. São Paulo: Herder: Edusp, 1965.

FIGUEIREDO, Antonio Macena; SOUZA, Soraia Riva Goudinho. Como elaborar projetos, monografias, dissertações e teses. 2. ed. Rio de Janeiro 2008.

BARRETO, R. R., OLIVEIRA, E. S., DANTAS, A.B., FREIRE DOS SANTOS, P.C. Potencial empreendedor: uma comparação sob três metodologias. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – 2012.

ALVES, A., E., S.; ALMEIDA, J., R., M. Trabalho informal em tempos “globalizacionistas”. Revista HISTEDBR On-line, Campinas, n. Especial, p.238-250, mai.2009.

BASTOS, M., C. Trabalho formal e informal, Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg., Belo Horizonte, v.40, n.70 (supl. esp.), p.171-183, jul./dez.2004.

KON. A. Diversidade na condição de informalidade do trabalho brasileiro, p. 1- 19. Out. 2004.

GOMES, Almiralva Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. REA-Revista Eletrônica de Administração, v. 4, n. 2, 2011.

APÊNDICE 1

1- Termo de consentimento e esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

O (A) Sr. (a). Se convida como voluntário (a) a participar da pesquisa “EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO APLICADO À CIDADE DE SÃO PAULO DE OLIVENÇA- AM”.

Nesta pesquisa pretende-se, demonstrar uma análise de mercado competitivo entre micro e pequenas empresas do Município de São Paulo de Olivença. Para esta pesquisa, será aplicado um questionário que irá abordar a temática Marketing Empreendedor. A aplicação do questionário do qual o (a) Sr. (a) participara é de aproximadamente 15 minutos. Os riscos envolvidos nesta pesquisa consistem em: vergonha, talvez cansaço ao responder às perguntas. Ressaltamos que não precisará responder a qualquer questão ou dar informações as quais não se sintam à vontade em informar. Sua participação neste estudo o (a) Sr. (a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa o (a) Sr. (a) tem assegurado o direito à indenização. O (a) Sr. (a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade na forma em que o (a) Sr. (a) é atendido (a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O (A) Sr. (a) não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar da pesquisa. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento será arquivado pelos pesquisadores sendo uma via disponibilizado ao voluntário (a) no momento da pesquisa.

Nome do pesquisador Responsável:

Marcelo Fabiano de Oliveira Farias

Endereço; Avenida Castelo Branco, Bairro Cidade Nova – Benjamin Constant

Instituto de Natureza e Cultura da Universidade Federal do Amazonas

Telefone: (97)984433457

E-mail: fabmar0077@gmail.com

Pesquisadora:

Regiane Maria Ferreira Arévalo

Endereço: Estrada do Ajaratuba, Bairro Campinas– São Paulo de Olivença

Instituto de Natureza e Cultura da Universidade Federal do Amazonas

Telefone: (97)984401284

E-mail: arevaloregiane@gmail.com

APÊNDICE 2

2- Questionário sobre Microempreendedor individual (MEI).

Questionário sobre Microempreendedor individual (MEI).

Prezado (a) participante!

Esta pesquisa visa responder os objetivos do trabalho de conclusão de curso de Administração UFAM 2021/1 ano civil 2022/1 e contribuirá para investigar o desenvolvimento do MEI no Município de São Paulo de Olivença/AM. O questionário possui questões de múltipla escolha, podendo conter uma ou mais respostas.

Portanto, responda com muita atenção a todos os questionamentos. Salientamos que as suas respostas são extremamente importantes e **estritamente confidenciais**, destinando-se exclusivamente ao estudo científico.

- | | |
|---|--|
| <p>1. Gênero
 <input type="checkbox"/> feminino <input type="checkbox"/> masculino</p> <p>2. Idade: _____</p> <p>3. Nível de escolaridade
 <input type="checkbox"/> fundamental incompleto
 <input type="checkbox"/> fundamental completo
 <input type="checkbox"/> médio ou técnico incompleto
 <input type="checkbox"/> médio ou técnico completo
 <input type="checkbox"/> superior incompleto
 <input type="checkbox"/> superior completo</p> <p>4. Qual era a sua principal ocupação antes de se registrar como Microempreendedor individual?
 <input type="checkbox"/> estava desempregado
 <input type="checkbox"/> estava empregado sem carteira assinada
 <input type="checkbox"/> estava empregado com carteira assinada
 <input type="checkbox"/> já tinha meu negócio e já era formalizado
 <input type="checkbox"/> já tinha meu negócio a dois anos ou menos, mas era informal
 <input type="checkbox"/> já tinha meu negócio entre 2 e 5 anos, mas era informal</p> | <p><input type="checkbox"/> já tinha meu negócio entre 5 anos, mas era informal</p> <p>5. Setor:
 <input type="checkbox"/> comércio <input type="checkbox"/> indústria <input type="checkbox"/> serviço <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>6. Você é formalizado? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não</p> <p>OBS: Caso a resposta for (Sim), prossiga.</p> <p>7. Como você tomou conhecimento da formalização da sua empresa?
 <input type="checkbox"/> através dos jornais
 <input type="checkbox"/> através da Internet
 <input type="checkbox"/> através do SEBRAE
 <input type="checkbox"/> através de televisão
 <input type="checkbox"/> através da prefeitura
 <input type="checkbox"/> outros</p> <p>8. Ao buscar atendimento para a formalização da empresa, você:
 <input type="checkbox"/> encontrou facilmente informações para sua formalização.</p> |
|---|--|

- conseguiu atendimento imediato e realizou sua formalização no mesmo momento
- necessitou retornar várias vezes para conseguir atendimento
- verificou a necessidade de buscar informações adicionais através de outro meio
- não conseguiu atendimento necessitando buscar outro posto cadastrado para se formalizar
- 9. Qual dos benefícios abaixo foi a principal motivação para a formalização através do MEI?**
- direitos previdenciários.
- possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda.
- facilidades no acesso ao crédito e financiamentos.
- baixa burocracia e facilidades na formalização.
- redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas.
- 10. Algum dos benefícios abaixo não era conhecido antes de você se formalizar?**
- sim, direitos previdenciários.
- sim, possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda.
- sim, facilidades no acesso ao crédito e financiamentos.
- sim, pouca burocracia e facilidades na formalização
- sim, redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas
- não, já conhecia todos os benefícios da oferecidos ao MEI
- 11. Qual das vantagens abaixo você considera ser mais relevante para uma empresa como MEI, comparando-se a uma empresa que não MEI?**
- a baixa carga tributária tendo o imposto recolhido de forma fixa
- simplicidade e isenção dos custos para formalização
- dispensa de contabilidade, sendo necessária apenas a manutenção de controles simplificados
- 12. Após conhecer os benefícios garantidos em lei, algum não atendeu as suas expectativas?**
- direitos previdenciários
- possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda
- facilidades no acesso ao crédito e financiamentos
- baixa burocracia e facilidades na formalização
- redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas
- não, todos foram atendidos
- 13. Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores durante o processo empresarial?**
- não senti dificuldade
- conquistar clientes/vender
- administrar meu negócio
- concorrência
- entender/cumprir as obrigações legais
- controlar o dinheiro da empresa
- dificuldades com o ponto comercial
- encontrar apoio
- comprar bem/ barato
- empreender
- inovar
- planejar
- conseguir crédito/ dinheiro
- 14. A formalização contribuiu no aumento das vendas/dos serviços?**
- sim não

15. A formalização contribuiu, na melhora, das condições de compra com seus fornecedores?

- sim não

16. Solicitou algum tipo de crédito/empréstimo?

- sim não

17. Se sim, obteve sucesso?

- sim não

18. Possui outras fontes de renda?

- não possui nenhuma outra
 tenho um emprego informal (sem carteira)
 tenho um emprego formal (com carteira assinada).
 tenho outro negócio por conta própria
 recebo aposentadora/pensão
 aluguel de imóvel
 recebo ajuda financeira de parentes/amigos
 recebo bolsa-família

19. Você entregou sua última declaração anual de rendimentos?

- sim
 não, pois não sabia que era necessário
 não, pois tive dificuldade ao acessar o site na internet
 não, pois não sabia como preencher (não tinha os registros de compra e venda)
 não, pois não consegui ser atendido por um contador
 não, porque esqueci

20. Possui perspectiva de crescimento?

- a longo prazo
 a curto prazo
 não possuo perspectiva de crescimento