

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**YASMIM PENHA SILVA**

**A ARTE DE ADMINISTRAR:** a importância do conhecimento em empreendedorismo  
para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena-Ma

São Luís  
2018

**YASMIM PENHA SILVA**

**A ARTE DE ADMINISTRAR:** a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena-Ma

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão - UEMA para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Celso Antônio Lago Beckman

São Luís

2018

Silva, Yasmim Penha.

A arte de administrar: a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena – MA / Yasmim Penha Silva. – São Luís, 2018.

57 f

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Me. Celso Antônio Lago Beckman.

1.Administração. 2.Empreendedorismo. 3.Microempreendedor individual. 4.MEI. 5.Negócio. I.Título

CDU: 658:005.342(812.1)

**YASMIM PENHA SILVA**

**A ARTE DE ADMINISTRAR:** a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena – Ma

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão - UEMA para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 14/12/2018.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Me. Celso Antônio Lago Beckman**

Orientador  
Universidade Estadual do Maranhão

---

**Prof. Antônio Cloves Silva**

Universidade Estadual do Maranhão

---

**Prof.<sup>a</sup> Adriana Santos da Silva**

Universidade Estadual do Maranhão

Dedico primeiramente este trabalho a Deus, pois sem Ele nada seria possível. A minha mãe Elisa, e aos meus irmãos Sebastião, Vitor e Isa por terem sempre me incentivado e apoiado. Aos meus tios Ana e Miguel por contribuírem nesta conquista. Ao meu namorado Fabiano, por me apoiar e ser a pessoa que mais me deu conselhos!

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por ter me concedido mais esta conquista na minha vida. E possibilitado que tudo desse certo no decorrer do tempo.

A minha mãe Maria Elisa Penha, por ter sido meu pilar todos esses anos, por me apoiar, acompanhar mesmo que na distância. Simplesmente por ter sido uma verdadeira mãe, uma guerreira, o mérito é todo dela!

Aos meus irmãos Sebastião Silva, Paulo Vitor Silva e Isa Silva, por sempre me apoiarem, e me motivarem.

Ao meu namorado Carlos Fabiano Menezes, pelo apoio, pelos infinitos conselhos e broncas, mas que foram essenciais. Pelas altas noites sem dormir só para me fazer companhia. Pelo companheirismo e por todo carinho e amor dedicado.

Aos meus tios Ana Leide Serra e Miguel Moraes, pela acolhida, pelo conforto, e pelo afeto que me deram todos esses anos. O sim dessas duas pessoas mudaram a minha história.

A minha melhor amiga Laidna Baldez Ribeiro, por ter se tornado mais que uma amiga, uma irmã, que ganhei durante esses anos de caminhada na Uema e vou levar para a vida. Por ter me ajudado quando precisei, pelos conselhos, pelo apoio, pelo companheirismo de uma verdadeira amiga.

Ao meu professor orientador, Celso Beckman, por todo o apoio dado no decorrer do curso com seus ensinamentos, sempre buscando a melhor forma de passar o seu conhecimento para os alunos. Pela aceitação de ser meu orientador desde o tempo de estágio e agora no Trabalho de Conclusão de Curso, dando todo suporte possível.

A todas as pessoas que me ajudaram direta e indiretamente, para que eu conseguisse mais esta conquista em minha vida.

Meu muito obrigada!

Se você realmente quer, é possível, tenha fé e vá em busca. "... Porque todo aquele que nasceu de Deus venceu o mundo. E esta é a vitória que venceu o mundo: a nossa fé..."

(1 João 5:4)

## RESUMO

O empreendedorismo no cenário econômico que se encontra o país, por causa da crise econômica, é visto muitas vezes como uma fuga, seja para a vida profissional ou pessoal. Neste sentido muitos indivíduos sonham com o próprio negócio, visando a independência profissional, já outros simplesmente entram no ramo pela necessidade, por falta de emprego, por exemplo. A presente pesquisa tem por objetivo demonstrar a importância do conhecimento em empreendedorismo e como este contribuirá para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena – Ma. Para que este objetivo fosse alcançado, o presente trabalho apresenta o levantamento bibliográfico sobre a arte de administrar, o empreendedorismo e a importância do conhecimento deste ramo através da educação empreendedora. A metodologia se deu por meio da pesquisa bibliográfica, estudo de caso, com caráter exploratório e descritivo, e também da coleta de dados feita através da aplicação de entrevistas. As análises dos resultados obtidos na pesquisa são apresentadas de modo qualitativo e não probabilístico.

**Palavras-chave:** Administração. Empreendedorismo. Microempreendedor Individual. MEI. Negócio.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship in the economic scenario that is located in the country, because of the economic crisis, is often seen as an escape, whether for professional or personal life. In this sense many individuals dream of their own business, aiming at professional independence, others simply enter the business by necessity, for lack of employment, for example. This research aims to demonstrate the importance of knowledge in entrepreneurship and how this will contribute to the development of a MEI in the municipality of Santa Helena – Ma. In order to achieve this goal, this paper presents a bibliographic survey on the Art of administering, entrepreneurship and the importance of knowledge of this branch through entrepreneurial education. The methodology was carried out through bibliographic research, a case study, with an exploratory and descriptive character, as well as data collection through the application of interviews. The analyses of the results obtained in the research are presented in a qualitative and non-probabilistic way.

**Keywords:** administration. Entrepreneurship. Individual micro-entrepreneur. MEI. Business.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 CONCEITO DE ADMINISTRAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>3 A ARTE DE ADMINISTRAR.....</b>	<b>14</b>
<b>4 GESTÃO EMPRESARIAL.....</b>	<b>15</b>
4.1 Evolução da Gestão Empresarial.....	15
4.2 Gestão Empreendedora um novo modelo de Gestão Empresarial.....	17
<b>5 EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>18</b>
5.1 Contextualização histórica .....	20
5.2 Empreendedorismo no Brasil .....	21
5.3 Educação Empreendedora .....	23
5.4 Características Empreendedoras .....	27
5.5 Tipos de Empreendedores .....	30
5.5.1 Empreendedor Nato ou Mitológico .....	30
5.5.2 Empreendedor que Aprende ou Inesperado .....	30
5.5.3 Empreendedor Serial ou que Cria novos negócios .....	30
5.5.4 Empreendedor Corporativo .....	30
5.5.5 Empreendedor Social .....	31
5.5.6 Empreendedor por Necessidade .....	31
5.5.7 Herdeiro ou Sucessão Familiar .....	31
5.5.8 Empreendedor “Normal” ou Planejado .....	31
<b>5.6 O Processo empreendedor.....</b>	<b>32</b>
<b>6 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....</b>	<b>33</b>
<b>6.1 Leis e Decretos .....</b>	<b>35</b>
6.1.1 Lei nº 11.598/2007 .....	35

6.1.2 Lei Complementar nº 123/2006 – (Lei Geral da Micro e Pequena Empresa) ...	35
6.1.3 Lei Complementar nº 128/2008 .....	36
6.1.4 Lei Complementar nº 139/2011 .....	36
6.1.5 Lei Complementar nº 147/2014 .....	36
6.1.6 Decreto nº 6.884/2009.....	36
6.1.7 Lei Complementar nº 155/2016 .....	36
<b>6.2 Resoluções CGSIM – Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios.....</b>	<b>37</b>
6.2.1 Resolução CGSIM nº 1, de 1º de julho de 2009 .....	37
6.2.2 Resolução CGSIM nº 16, de 17 de dezembro de 2009 .....	37
6.2.3 Resolução CGSIM nº 18, de 09 de abril de 2010 .....	37
6.2.4 Resolução CGSIM nº 22, de 22 de junho de 2010 .....	37
6.2.5 Resolução CGSIM nº 29, de 29 de novembro de 2012.....	37
6.2.6 Resolução CGSIM nº 36, de 02 de maio de 2016 .....	37
6.2.7 Resolução CGSIM nº 39, de 28 de agosto de 2017 .....	38
6.2.8 Resolução CGSIM nº 43, de 23 de novembro de 2017 .....	38
6.2.9 Resolução CGSIM nº 44, de 29 de janeiro de 2018 .....	38
<b>6.3 Resoluções CGSN – Comitê Gestor do Simples Nacional .....</b>	<b>38</b>
6.3.1 Resolução Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94.....	38
6.3.2 Resolução CGSN nº 134, de 13 de junho de 2017 .....	38
6.3.3 Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018 .....	38
<b>6.4 Resoluções ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária .....</b>	<b>39</b>
6.4.1 Resolução – RDC 49/2013 – ANVISA.....	39
6.4.2 Resolução – RDC nº 153 – ANVISA .....	39
<b>6.5 Instrução Normativa MAPA nº 16/2015 – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.....</b>	<b>39</b>
<b>7 METODOLOGIA .....</b>	<b>40</b>
<b>7.1 Abordagem e tipologia da pesquisa.....</b>	<b>40</b>

<b>7.2 Local da Pesquisa, Universo e Amostra .....</b>	<b>41</b>
<b>7.3 Coleta, Tratamento e Análise dos dados .....</b>	<b>42</b>
<b>7.4 Limitação da Pesquisa.....</b>	<b>43</b>
<b>8 O MUNICÍPIO DE SANTA HELENA.....</b>	<b>44</b>
<b>8.1 O empreendedorismo no município .....</b>	<b>44</b>
8.1.1 Sala do Empreendedor.....	45
<b>9 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>46</b>
<b>9.1 Qual era sua principal ocupação antes de se registrar como MEI? .....</b>	<b>47</b>
<b>9.2 Qual é a sua atividade econômica como MEI? .....</b>	<b>48</b>
<b>9.3 Você fez algum curso específico sobre como empreender? Que tipo de curso? .....</b>	<b>48</b>
<b>9.4 Você acredita que a partir da implantação da Sala do Empreendedor no município, com as informações e atendimentos disponibilizados para o MEI; você conseguiu gerenciar melhor o seu negócio? .....</b>	<b>48</b>
<b>9.5 Você busca conhecimentos sobre o seu tipo de negócio?.....</b>	<b>49</b>
<b>9.6 Quando pensou em se tornar um MEI, você planejou o tipo de negócio que queria criar? Elaborou o Plano de Negócio do seu empreendimento? .....</b>	<b>49</b>
<b>10 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>50</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>52</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICE A – ENTREVISTA .....</b>	<b>56</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A administração pode ser considerada como uma arte, pois a mesma necessita de capacidade e aptidão para ser realizada. Maximiano (2004), afirma que a administração é uma arte, visto que, tanto no sentido profissional como na vida pessoal de cada indivíduo, toda arte depende de habilidades e competências, e nada como ter boas experiências e conhecimento para que estas sejam desenvolvidas.

Segundo Chiavenato (2007), a administração é o meio pelo qual as empresas conseguem organizar e controlar suas operações para que cheguem a um determinado resultado. A administração significa então um procedimento pelo qual impactará na tomada de decisões dentro de uma empresa podendo resultar em ações que tragam melhorias para a mesma.

Nonaka e Takeuchi (1997), descrevem o conhecimento como o único recurso com alta significância, já que não é mais considerado somente como mais um recurso ao lado dos tradicionais recursos de produção, como o trabalho, por exemplo. Segundo Stewart (2002), o conhecimento é a razão de existência da empresa.

Para De Mori et al. (1998), conhecer o produto que se pretende oferecer ou que já oferece é indispensável para o empreendedor, em que é preciso que utilize seus conhecimentos para ter competitividade no mercado.

Nos dias atuais percebe-se a grande procura pelo ramo do empreendedorismo que cresce cada vez mais no meio econômico. Muitos indivíduos abrem seu negócio, almejando serem independentes (nada de chefe) e terem a tão sonhada satisfação pessoal, fora que muitas vezes é utilizado como fuga do desemprego. Sem deixar de lado a parcela de contribuição que o empreendedorismo traz para a sociedade, como o crescimento econômico e o desenvolvimento social.

Assim, o presente trabalho de pesquisa pretende responder a seguinte questão: Qual a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um Microempreendedor Individual no município de Santa Helena – Ma?

Para poder responder o problema proposto, o estudo tem por objetivo geral demonstrar a importância do conhecimento em empreendedorismo e como este contribuirá para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena - MA. E dando continuidade a este objetivo maior foram traçados os seguintes objetivos específicos: ressaltar a importância do conhecimento para o desenvolvimento de um

empreendimento; identificar a importância do empreendedor ter conhecimento em empreendedorismo para gerir seu empreendimento; analisar o impacto da presença do conhecimento em empreendedorismo para a competitividade do negócio, e; identificar os benefícios decorrentes da implantação da Sala do Empreendedor no município para os MEI's.

Para que fossem alcançados os objetivos, adotou-se a abordagem qualitativa, bem como as pesquisas exploratória, descritiva, bibliográfica, de campo, e um estudo de caso no município de Santa Helena do Maranhão.

Partindo deste contexto, a presente pesquisa justifica-se pela importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um Microempreendedor Individual, e os benefícios alcançados como consequência, em que este trabalho foi verificado através da literatura e da pesquisa de campo.

O empreendedor consegue garantir a permanência de seu negócio a partir da capacidade que tem para gerir o mesmo, assim surge a grande necessidade de enfoque nas características empreendedoras que devem ser adquiridas para alcançar esse objetivo.

Segundo Gullo (2016), a administração pode ser feita tanto por quem é formado em administração como também por quem não é formado nessa área.

O trabalho está em sua estrutura dividido em capítulos, no primeiro capítulo, é feita uma breve contextualização do tema abordado, através da introdução, bem como, a problemática da pesquisa, justificativa e objetivos geral e específicos. O segundo, terceiro, quarto, quinto e sexto capítulos norteiam o embasamento teórico, sendo respectivamente os tópicos de Conceito de Administração, A Arte de Administrar, Gestão Empresarial, Empreendedorismo e Microempreendedor Individual. No sétimo, fala-se da metodologia utilizada na elaboração desta pesquisa, a abordagem, o tipo de pesquisa, local, universo, amostra, coleta, tratamento e análise dos dados. O município onde foi realizado o estudo consta no oitavo capítulo. No nono capítulo consta os resultados e discussões. E por fim, no décimo capítulo estão presentes as considerações finais.

## 2 CONCEITO DE ADMINISTRAÇÃO

Segundo Maximiano (2004), o termo administração origina-se da palavra em latim *administratio*, que quer dizer ação de administrar, ou seja, controlar e direcionar diversos fatores, para que se consiga determinado objetivo.

A administração é vista num mesmo sentido por diversos autores, em que os mesmos a definem como um ato, um meio, ou até mesmo como um processo que serve como direcionamento para se gerenciar uma organização e assim alcançar os resultados almejados pelo corpo funcional da empresa.

Neste contexto Chiavenato (2007), vem dizer que a administração é o meio pelo qual as empresas conseguem organizar e controlar suas operações para que cheguem a um determinado resultado.

Administração é o meio pelo qual se trabalha com e através de pessoas buscando alcançar os objetivos tanto da empresa quanto de seus colaboradores (MONTANA; CHARNOV, 1998).

Na administração não basta saber administrar uma empresa somente em relação a sua estrutura, mas também em relação ao seu capital humano, ou seja, seus colaboradores, pois, as pessoas que constituem essa organização estão diretamente ligadas a mesma.

PARK (1997), fala que a administração é uma filosofia em ação, pois, ao observarmos nosso cotidiano, transformamos nossas ideias em algo concreto, e a administração se encaixa perfeitamente na questão de equilibrar o que de fato compreendemos e assim externar as ideias devidas.

Administração é nada mais que o processo decisório e o controle das ações das pessoas, para que assim consigam alcançar determinadas metas já traçadas (DRUCKER, 1989).

Chiavenato (2006), faz uma comparação da administração com a medicina, em que ele fala que um diagnóstico feito de modo correto assegura a cura do paciente, do contrário, é necessário fazer uma reavaliação com agilidade e rapidez, mudando o tratamento para salvar o paciente em questão. Assim é a administração, a visão tem que ser ampla, uma ação adversa, exige reação imediata, pois uma falha mal avaliada comprometerá o sucesso de toda a organização.

### 3 A ARTE DE ADMINISTRAR

A administração é o ato de planejar, organizar, liderar e controlar recursos que são utilizados em uma organização para alcançar os objetivos preestabelecidos (STONER, 1999).

Chiavenato (2000) conceitua a administração no mesmo sentido de Stoner (1999), quando diz que para que os objetivos de uma organização sejam alcançados, faz-se uso de recursos que devem ser planejados, organizados, dirigidos e controlados.

O desenvolvimento e o crescimento de uma organização dependem de uma boa administração, pois, esta tem como papel fundamental planejar, controlar, organizar e liderar tudo o que acontece dentro da organização, sabendo buscar os recursos certos para que possam ser alcançados os objetivos almejados.

Um administrador precisa guiar tudo isso de modo eficaz, possuindo uma visão do futuro, fomentando sua equipe e proporcionando inspiração para se imaginar, criar, arriscar, inovar, corrigir, até acertar, acertar e acertar (CHIAVENATO, 2006).

Administrar é colocar em prática o conhecimento à ação, pois, a administração transforma as informações adquiridas em conhecimento e este em ação (DRUCKER, 2001).

Objetivamente, Maximiano (2000), conceitua a arte de administrar como um meio de dirigir ações que usam recursos para alcançar objetivos estabelecidos.

A administração pode ser considerada como uma arte, pois a mesma necessita de capacidade e aptidão para ser realizada, seja no âmbito pessoal ou profissional de cada pessoa.

Partindo desse contexto, Maximiano (2004), afirma que a administração é uma arte, visto que, tanto no sentido profissional como na vida pessoal de cada indivíduo, toda arte depende de habilidades e competências, e nada como ter boas experiências e conhecimento para que estas sejam desenvolvidas.

O modo como as empresas são administradas é que descreve se são ou não capazes de utilizar corretamente os recursos presentes na organização para atingir os objetivos de maneira correta.

## 4 GESTÃO EMPRESARIAL

A gestão empresarial não é limitada apenas no processo decisório, defini-la é mais abrangente, já que é entendida como um processo do qual é orientado de forma coordenada a definir o fluxo da tomada de decisão em todos os níveis de uma organização.

A palavra gestão origina-se do termo em latim *gestione* e significa gerir, gerência, administração. Administrar é a ação de planejar, organizar, dirigir e controlar recursos, almejando alcançar determinado objetivo. Neste contexto percebe-se que é a ação que leva a organização a alcançar os objetivos almejados. (OLIVEIRA, PEREZ JR e SILVA, 2010)

### 4.1 Evolução da Gestão Empresarial

A evolução da gestão empresarial se deu a partir de quatro eras empresariais. (MARANALDO, 1989):

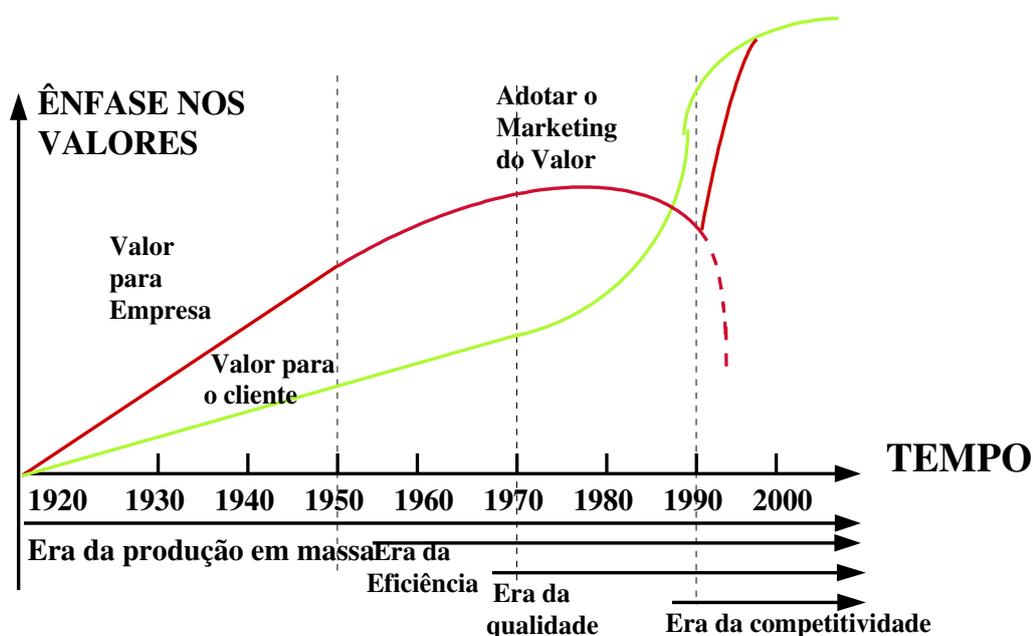
- Era da Produção em Massa (1920-1949), ficou caracterizada pela grande produção em massa de produtos sem ter a devida preocupação com o cliente, já que a empresa não tinha preocupação com a personalização dos produtos oferecidos, e sim fazia suas próprias especificações, visando a padronização do processo de produção, atingindo grandes volumes para que fossem baixados os custos;
- Era da Eficiência (1950-1988), ficou conhecida pelo fato da empresa se preocupar apenas em controlar seus processos operacionais, almejando conseguir uma grande produtividade. A empresa ainda não se preocupava com seus clientes, continuando distante do mesmo e cada vez mais voltando-se para si mesma;
- Era da Qualidade (1970-1989), destacou-se pela preocupação que a empresa passou a ter com seus clientes, buscando a satisfação do mesmo. E para que isso acontecesse de fato, criou-se equipes para que se conseguisse os resultados almejados.
- Era da Competitividade (1990), ficou caracterizada pela busca das empresas pela sobrevivência no mercado econômico, em que exigiu-se da mesma a atenção para identificar algo específico em seu negócio para se tornar

competitiva. Para tanto deve utilizar-se o que se assimilou na era da qualidade (a busca pela satisfação do cliente), juntamente com parcerias com outras organizações.

A gestão empresarial não termina sua evolução na Era da Competitividade, já que com o passar do tempo há sempre a busca pelo desenvolvimento, pela evolução, como visto, no decorrer de cada era houve uma evolução e assim os modelos de gestão foram se adaptando conforme as necessidades das empresas.

**GRÁFICO 1 – Das eras empresariais x ênfase nos valores**

## ERAS EMPRESARIAIS X ÊNFASE NOS VALORES



Fonte: (MARANALDO, 1989)

Crawford (1994), fala de uma possível era surgir, a do Capital Humano, em que esta se destacará pelo fato das empresas conquistarem sua sobrevivência através do conhecimento, onde sua competência é baseada no capital intelectual da empresa, fazendo deste a peça mais importante para manter a competitividade da organização.

## 4.2 Gestão Empreendedora um novo modelo de Gestão Empresarial

Este modelo de gestão surgiu a princípio nos Estados Unidos, no início dos anos 80, quando grandes empresas americanas começaram a perceber a perda de mercado e de competitividade frente às empresas japonesas. Tais empresas acreditavam que, para recuperarem suas posições no mercado, deveriam se voltar mais para o cliente e incentivar as inovações em sua linha de produtos e serviços, inclusive nas tecnologias utilizadas e até nas suas relações internas (com os empregados) e externas (clientes, fornecedores e outras instituições). Assim, a filosofia básica de gestão empreendedora é a inovação orientada para o cliente: esta postura obrigou a uma “reinvenção da empresa”, revolucionando suas práticas gerenciais tradicionais.

No entanto, Drucker (1986), avaliando a economia americana no período de 1965-1985, começou a observar um novo aspecto pouco percebido até então por outros autores: o fenômeno do que ele denominou "entrepreneurship", que poderia ser traduzido literalmente como "empreendedorismo". O que estava acontecendo nos Estados Unidos era algo bem diferente: um redirecionamento profundo da economia, de "gerencial" para "empreendedora". Ele mostra, com dados estatísticos, que a economia americana gerou 4 milhões de empregos no período de 1974-1984, exatamente num período turbulento, com duas crises de petróleo (1974 e 1978) e do declínio das grandes indústrias (DRUCKER, 1986, p.4).

Segundo Drucker (1986) os empreendedores vieram a partir do surgimento da economia empreendedora, que é um evento tanto cultural e psicológico, quanto econômico ou tecnológico. O que viabilizou o aparecimento da economia empreendedora são as novas aplicações da administração: a novos empreendimentos, comerciais ou não, mesmo que muitas pessoas considerem a Administração aplicável apenas a empresa existente; a pequenos empreendimentos, enquanto que no passado se pensava que a Administração era só para os "grandões"; a empreendimentos não comerciais (serviços de saúde, educação e outros), enquanto que muitas pessoas ainda ouvem "empresa" quando se depara com a palavra "Administração"; a atividades que simplesmente não eram consideradas "empresas" de maneira alguma, como pequenos restaurantes, por exemplo; e, acima de tudo à inovação sistemática: à busca e ao aproveitamento de novas oportunidades para satisfazer as carências humanas e necessidades humanas.

## 5 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o ato de criar algo novo e com valor, onde esforços são necessários, assim como a dedicação do tempo, e dos riscos que devem ser assumidos para que assim receba como recompensa a satisfação e a independência econômica e pessoal (SEBRAE, 2007).

O empreendedorismo é um método eficiente que interliga ciência e mercado, apresentando novos produtos e serviços ao mercado com a criação de novos negócios. As atividades que envolvem o empreendedorismo contribuem para a mudança na economia global (HISRICH, 2009).

De acordo com Dornelas (2008), o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação (DOLABELA, 1999, p. 43).

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

Para Chiavenato (2005), ser empreendedor é ser uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, enfim, inovando em sua área de atuação.

No quadro é demonstrado um quadro-resumo, onde se destaca a definição de empreendedor por diversos autores ao longo do tempo.

## Quadro 1 - Quadro de conceitos de empreendedor ao longo do tempo

Quadro de conceitos de empreendedor ao longo do tempo	
	Origina-se do francês significa “aquele que está entre” ou “estar entre”.
<b>Idade Média</b>	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
<b>Século XVII</b>	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
<b>1725</b>	Richard Cantillon – a pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
<b>1803</b>	Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separado dos lucros do capital.
<b>1876</b>	Francis Walker – distingue entre os que forneciam fundos e recebiam juros, e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
<b>1934</b>	Joseph Shumpeter – o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
<b>1961</b>	David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
<b>1964</b>	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
<b>1975</b>	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.
<b>1980</b>	Karl Vésper – o papel do empreendedor pode ser delineado de diversas formas e tende a apresentar-se diferente sob diversas perspectivas. Para um economista, um empreendedor é aquele que junta recursos, trabalho, materiais e outros ativos em uma combinação que aumenta seu valor, e também aquele que introduz mudanças, inovações e uma “nova ordem”. Para um psicólogo, é uma pessoa tipicamente guiada por algumas forças: necessidade de obter algo, experimentar, realizar, insubordinar-se. Um político contrário pode ver o empreendedor como um subversivo difícil de controlar, enquanto um político favorável pode vê-lo como uma pessoa que encontra meios efetivos de realizar coisas. Para um homem de negócios, o empreendedor pode se revelar uma ameaça, um competidor agressivo, enquanto para outro pode ser visto como um aliado, uma fonte de suprimento, um consumidor ou alguém digno de receber investimentos.

<b>1983</b>	Gofford Pinchot – o intraempreendedor é um indivíduo que atua dentro de uma organização já estabelecida.
<b>1985</b>	Robert Hisrich – o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Adaptado de Hisrich, 2009

## 5.1 Contextualização histórica

Quanto a origem do empreendedorismo, não se tem uma precisão de quando aconteceu, mas o que se sabe a respeito é que desde o primórdio da humanidade já existiam indivíduos que se destacavam, inovando suas atividades ou produtos. A esses atos inovadores dá-se o nome de empreendedorismo.

Para muitos a pesquisa na área do empreendedorismo é algo novo, mas os pensamentos sobre esse termo não são, já que são utilizados desde a antiguidade. Segundo Landström, Harirchi e Aström (2012), o ato de empreender é tão antigo como, por exemplo, o intercâmbio e o comércio dentro de uma sociedade, porém, não era falado nada a respeito dessa função.

De acordo com o SEBRAE (2007), um primeiro exemplo de empreender foi Marco Polo que estabeleceu rotas comerciais para o Extremo Oriente. Nos anos de 1271 à 1295 ele fez tentativas de estabelecer rotas comerciais para o Oriente, conseguindo assim firmar um contrato com um capitalista a fim de comercializar seus produtos. Neste ato de Marco Polo percebe-se uma iniciativa empreendedora, em que assumiu riscos para assim atingir seus objetivos.

Sabe-se que após a queda de Roma (por volta de 476 d.C.) e até a metade do século XVIII, quase não existiu aumento na geração de riqueza. Porém, após o surgimento do empreendedorismo, esse estado mudou principalmente no Ocidente, onde ocorreu um crescimento exponencial entre os anos de 1700 à 1900. Assim, no decorrer deste episódio, o termo empreendedor evoluiu, deixando bem claro a dimensão de alcance que o termo teve, espalhando-se nas escolas de negócios e academias (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006).

Segundo Murphy, Liao e Welsch (2006) a ação empreendedora se espalhou ao longo séculos XVI e XVII com o conhecimento experimental, baseando-

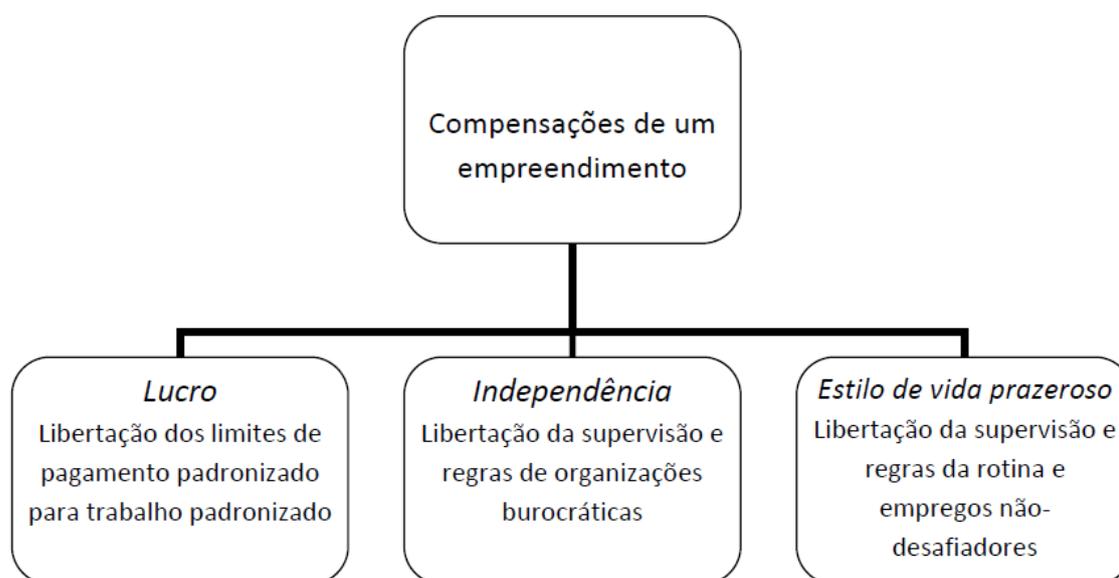
se nas habilidades, tornando-se assim cada vez mais instrumentais para que fossem corrigidas as ineficiências, fornece-se novas soluções, de bens e serviços.

Para Dornelas (2003), o empreendedorismo significa inovar, fazer algo que ninguém fez, fazer mudanças na situação atual, e sempre buscar por oportunidades novas de negócio, sempre inovando e criando valor para aquilo que se está fazendo.

Segundo o Sebrae (2007), atualmente os empreendedores não são mais vistos apenas como indivíduos que provem de produtos desinteressantes e que são movidos somente por lucro a curto prazo, mas, sim como “ponteciadores” econômicos, que assumem riscos devidos para se desenvolverem. Sem esquecer que são geradores de empregos, e estimulantes do crescimento econômico.

“Os indivíduos são atraídos para o empreendimento por inúmeros incentivos prazerosos ou recompensas”. (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p.6).

Figura 1: Incentivos para empreender



Fonte: Longenecker; Moore; Petty, 2004, p.7.

## 5.2 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2001), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990 quando entidade 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.

O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto à essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. (DORNELAS, 2001, p.38).

A Softex também é uma entidade que foi fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil apoiando o desenvolvimento do empreendedorismo em software.

De acordo com Dornelas (2001), o histórico da entidade Softex pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia.

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

O Brasil possui milhares de pequenos empreendedores que participam ativamente da geração de riquezas do país, sendo que o empreendedorismo influencia a atual realidade dos negócios no Brasil e, apesar dos relativos progressos, o empreendedorismo no Brasil está apenas começando e necessita de um olhar especial do Governo.

Sem dúvida o Brasil depende muito de sua população empreendedora. E é preciso dar suporte para que essas empresas possam crescer com consistências e oferecer mais oportunidades de trabalho. O grande desafio para o Governo é trazer para a formalidade grande parte dessas empresas, para isso terá que diminuir impostos e oferecer certas garantias para esses empresários.

### 5.3 Educação Empreendedora

A origem da Educação Empreendedora no Brasil se deu no ano de 1981 com o primeiro curso de Empreendedorismo com foco na criação de negócios. O primeiro professor a lecionar uma disciplina nesse curso foi o professor Ronald Degen. Esse curso era de especialização ministrado na Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da FGV.

No ano de 1984 na Universidade de São Paulo (USP), surgiu outro polo do ensino de empreendedorismo - a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade -, neste polo era lecionado uma nova disciplina – Criação de Empresas –, pelo professor Silvio dos Santos.

O professor Degen escreve também, em 1989, o primeiro livro didático sobre empreendedorismo em língua portuguesa “O empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial”, baseado em suas notas de aula.

o ano de 1991 também é pontuado pela introdução no Brasil do programa Empretec, da ONU, voltado à capacitação de empreendedores. Coordenado pelo Sebrae desde 1993, o Empretec é dedicado a ajudar empreendedores promissores a colocarem suas ideias em ação e empresas a crescerem.

O ano de 1999 é também relevante pelo lançamento do livro “O Segredo de Luísa”, do professor Fernando Dolabela. Este é, até hoje, um dos livros mais usados para a educação empreendedora e fornece metodologias para o aprendizado do empreendedorismo no ensino fundamental e médio desenvolvidas pelo autor e largamente utilizadas no Brasil.

Desde o início dos anos 2000, os cursos de empreendedorismo têm se multiplicado. Finalmente vale ressaltar que em 2007 a FGV foi pioneira ao introduzir disciplinas de empreendedorismo como obrigatórias na grade da graduação em administração pública e de empresas da EAESP (Escola de Administração de Empresas de São Paulo).

A prática do empreendedorismo mostra-se cada vez mais frequente no Brasil como opção de carreira, frente às dificuldades socioeconômicas que assolam o país e reduzem as oportunidades para aqueles que querem ingressar no mercado de trabalho. No entanto, a prática do empreendedorismo convive com a falência de muitas organizações, em decorrência dos baixos níveis de educação e da

desmotivação dos empresários para utilizarem ferramentas gerenciais capazes de profissionalizar suas atividades.

O desafio de promover o crescimento do país é notoriamente reconhecido na sociedade atual. Para conquistar este crescimento faz-se necessário o desenvolvimento de riqueza e do capital humano. Neste sentido, entende-se que o empreendedorismo é fundamental para se alcançar o objetivo de obter competitividade e avanço econômico, tornando-se um fator importante para atração de negócios inovadores e formação de profissionais com elevado nível de conhecimento (TAVARES, 2013).

Empreender é algo ensinável às pessoas, não é algo inato, habilidade ou dom, é um instrumento específico dos empreendedores, é o processo pelo qual a mudança torna-se uma oportunidade de negócio (DRUCKER, 1985).

Segundo Tavares (2013), torna-se importante repensar a educação no Brasil, tendo em vista a disseminação da cultura empreendedora como um fator gerador de oportunidades e fomentadora de desenvolvimento.

A educação empreendedora é percebida como uma ação que proporciona a criação de uma estrutura basilar, capaz de promover condições para formação de indivíduos mais capacitados para criar novas oportunidades por meio da inovação.

No que se refere ao Brasil, existe a necessidade e a consequente oportunidade de potencializar “uma educação empreendedora que permita que uma maior proporção do seu capital humano desenvolva o seu potencial empreendedor” (DOLABELA; FILION, 2013, p. 154).

Diferentes autores apontam que o ensino de empreendedorismo deve seguir uma metodologia própria, diferente da utilizada no ensino tradicional.

Dolabela e Filion (2013) defendem uma mudança radical frente aos métodos tradicionais de ensino, que tendem a se concentrar na transferência de conhecimento, buscando uma aprendizagem centrada em pensar de forma independente e proativa.

Segundo Dolabela (2008), é possível ensinar uma pessoa a ser empreendedor, porém a metodologia de ensino a ser utilizada deve ser diferente da tradicional e deve ser aplicada desde o nível fundamental até o superior.

Para explicitar as particularidades de cada proposta de ensino, Dolabela (2008) descreve as características da educação tradicional e da educação empreendedora, sintetizadas no quadro a seguir:

**Quadro 2 - Diferença entre a educação tradicional e a educação empreendedora**

Educação convencional	Educação empreendedora
Ênfase no conteúdo, que é visto como meta	Ênfase no processo, aprender a aprender
Conduzido e dominado pelo instrutor	Apropriação do aprendizado pelo participante
O instrutor repassa o conhecimento	O instrutor como facilitador e educando; participantes geram conhecimento
Aquisição de informações “corretas” de uma vez por todas	O que se sabe pode mudar
Currículo e sessões fortemente programados	Sessões flexíveis e voltadas a necessidades
Objetivos do ensino impostos	Objetivos do aprendizado negociados
Prioridade para o desempenho	Prioridade para a autoimagem geradora do desempenho
Rejeição ao desenvolvimento de conjecturas e pensamento divergente	Conjecturas e pensamento divergente vistos como parte do processo criativo
Ênfase no pensamento analítico e linear; parte esquerda do cérebro	Envolvimento de todo o cérebro; aumento da racionalidade no lado esquerdo do cérebro por estratégias holísticas, não lineares, intuitivas; ênfase na confluência e fusão dos dois processos
Conhecimento teórico e abstrato	Conhecimento teórico amplamente complementado por experimentos na sala de aula e fora dela
Resistência à influência da comunidade	Encorajamento à influência da comunidade
Ênfase no mundo exterior; experiência interior considerada imprópria ao ambiente escolar	Experiência interior é contexto para o aprendizado; sentimentos incorporados à ação
Educação encarada como necessidade social durante certo período de tempo, para firmar habilidades mínimas para um determinado papel	Educação vista como processo que dura toda a vida, relacionado apenas tangencialmente com a escola
Erros não aceitos	Erros como fonte de conhecimento

O conhecimento é o elo entre aluno e professor	Relacionamento humano entre professores e alunos é de fundamental importância
--	---

Fonte: Adaptado de DOLABELA, 2008, p.153

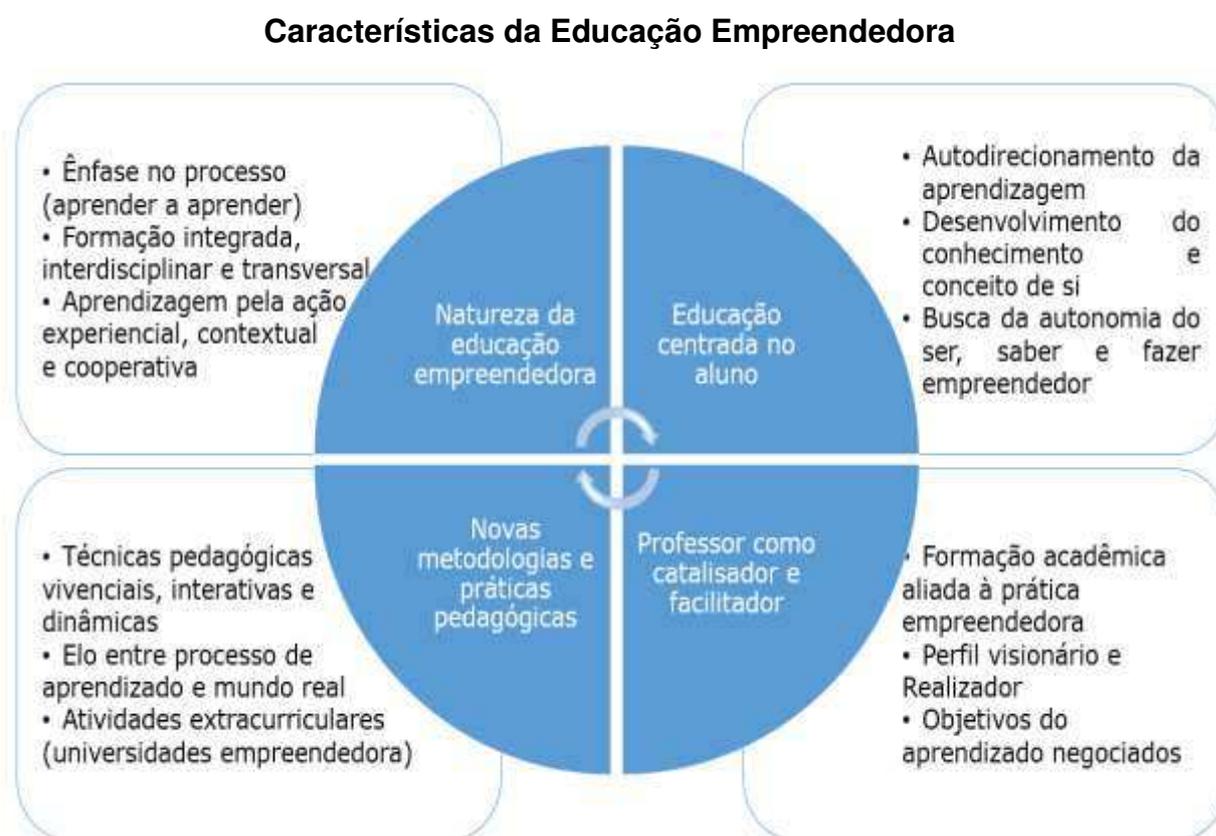
A educação empreendedora possui uma natureza própria que a distingue dos modelos tradicionais de ensino. Sua ênfase está no processo de aprendizagem do aluno, com foco na ação e no aprender a aprender. É caracterizada como contextual, experiencial e cooperativa e deve acontecer de maneira transversal, integrada e interdisciplinar.

Dentro do processo de aprendizagem da educação empreendedora o aluno assume o papel central, em que este busca um autodirecionamento da aprendizagem com a finalidade de desenvolver o conhecimento de si. O aluno deve buscar também a autonomia do ser, saber e fazer empreendedor.

O professor assume a função de catalisador e facilitador do processo de aprendizagem da educação empreendedora, negociando os objetivos do aprendizado com base nos desejos e metas definidas pelos alunos. Esse novo papel do professor inclui uma formação acadêmica associada à prática empreendedora, com um perfil visionário e realizador.

Novas metodologias e práticas pedagógicas voltadas à educação empreendedora têm sido estruturadas. Técnicas pedagógicas que aliam base teórica com atividades práticas têm sido testadas, por meio de abordagens vivenciais, interativas e dinâmicas. Existe também uma ligação entre o processo de ensino e aprendizagem com o mundo real, em que os alunos e professores estão inseridos. Para além da sala de aula, a educação empreendedora complementa-se por meio de atividades extracurriculares.

**Figura 2 – Características e elementos envolvidos na educação empreendedora**



Fonte: (Schaefer & Minello, 2016)

Torna-se necessário analisar a importância do ensino sobre empreendedorismo como meio de estimular o comportamento empreendedor das pessoas. Nesse sentido as instituições de ensino podem ter o papel de serem facilitadoras e estimuladoras da geração de um ambiente propício para o desenvolvimento de empreendedores (MARTENS; FREITAS, 2006).

#### **5.4 Características Empreendedoras**

Desde as primeiras definições até a atualidade foram grandes as mudanças das características empreendedoras, em que de acordo com cada autor, pesquisador, etc., define de acordo com o observado essas características em diversos empreendedores. Muitos autores definem essas características como sendo apenas quatro, outros já definem um quantitativo maior pelo fato de relatar sobre as características de empreendedores de sucessos.

Para Chiavenato (2005), existe três características bem básicas que demonstram o espírito empreendedor, no qual ele define como: necessidade de realização; disposição para assumir riscos; e autoconfiança.

Já Dornelas (2008), cita uma lista de características empreendedoras das quais o empreendedor possui, que são: é visionário, sabe tomar decisões, é um indivíduo que faz a diferença, sabe explorar o máximo de oportunidades, é determinado e dinâmico, é dedicado, é otimista e apaixonado pelo que faz, fica rico, cria valor para a sociedade, assume riscos calculados, possui conhecimento, planeja, etc. Essas características podem ser vistas mais detalhadas no quadro 3.

Um empreendedor tem que ser um bom administrador, mas o inverso não é necessariamente dito como certo, já que para ser um empreendedor existe certas características que nem sempre são presentes em um administrador, como assumir risco, criar, ousar, fazer a transformação do seu ambiente econômico e social (DORNELAS, 2011).

Um empreendedor tem que estar preparado ou se preparar para gerir o seu empreendimento, pois, este ato impactará significativamente na sobrevivência do seu negócio. Muitos indivíduos já nascem com algumas dessas características empreendedoras, que com o tempo só precisam ser aprimoradas, já outros vão adquirindo com o decorrer do tempo que se deparam com este ramo, seja por interesse ou até mesmo pela necessidade de criar um empreendimento.

Essas características podem ser consideradas como um meio de se identificar logo de cara um empreendedor, já que este surge por diversas maneiras, sendo elas por desejo, ou necessidades. Mas que com o decorrer do tempo todas essas características vão se aprimorando e até definindo um perfil melhor do empreendedor.

Em seguida pode ser observado as características de empreendedores considerados de sucesso, segundo Dornelas (2011):

**Quadro 3 – Características dos empreendedores de sucesso**

<b>Características dos empreendedores de sucesso</b>	
<b>Visionários</b>	Além de programarem sonhos, preveem o futuro para o seu negócio e sua vida.
<b>Tomam decisões</b>	Sentem-se seguros e tomam decisões certas, principalmente em momentos de crise, além de programarem ações com muita destreza.
<b>Exploram oportunidades</b>	Identificam oportunidades e são indivíduos curiosos, atentos a informações como arma para ampliação de suas chances.
<b>Determinados e dinâmicos</b>	Programam ações com comprometimento. Mantêm-se sempre dinâmicos e não se acomodam com a rotina.
<b>Dedicados</b>	Dedicam-se em tempo integral ao seu negócio. Não desanimam mesmo quando os problemas surgem.
<b>Otimistas e apaixonados</b>	Realizam o seu trabalho com paixão, por isso são os melhores vendedores de seus produtos ou serviços. Enxergam sempre o sucesso, nunca o fracasso.
<b>Independentes</b>	Ambicionam ser donos do próprio negócio, modificar a realidade e gerar empregos.
<b>Enriquecem</b>	Acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios, no entanto, esse não é seu principal objetivo.
<b>Líderes e formadores de equipes</b>	Têm capacidade de liderança. Respeitam, valorizam, estimulam e recompensam seus funcionários, pois sabem que depende de sua equipe para obter sucesso. Além disso, captam os melhores profissionais para dar auxílio em áreas que não domina.
<b>Realizam networking</b>	Possuem contatos externos que o auxiliam junto a clientes e fornecedores.
<b>Organizados</b>	Captam e alocam os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
<b>Planejam</b>	Planejam desde o plano de negócios até a definição de estratégias de marketing do negócio e o seu desenvolvimento.
<b>Conhecem</b>	Pesquisam, buscam informações em experiências práticas ou publicações sobre o negócio em que atuam, pois quanto maior o conhecimento, maiores as chances de êxito.
<b>Assumem riscos calculados</b>	Assumem riscos fazendo seu gerenciamento, de modo a não comprometer sua segurança.
<b>Criam valor para a sociedade</b>	Fazem uso de seu conhecimento para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando a fim de facilitar a vida das pessoas.

## 5.5 Tipos de Empreendedores

Dornelas (2005), vem dizer que não existe um único tipo de empreendedor, que é difícil rotulá-lo, ou seja, fazer uma definição precisa de como ele é exatamente. Esse fato mostra que se tornar empreendedor é algo que pode acontecer a qualquer um.

### 5.5.1 Empreendedor Nato ou Mitológico

O Empreendedor Nato ou Mitológico é o mais conhecido muitas das vezes acaba começando do nada e cria grandes organizações. Começa a trabalhar desde jovem e adquire habilidades de vendas e negociação. Esse tipo de empreendedor acaba se tornando um grande exemplo, da humanidade (DORNELAS, 2005).

### 5.5.2 Empreendedor que Aprende ou Inesperado

O Empreendedor que Aprende ou Inesperado têm se tornado o tipo mais comum. Trata-se de um indivíduo que depara-se com uma nova oportunidade e decide mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. É aquele indivíduo que nunca pensou em se tornar um empreendedor, só enxergava oportunidades de carreira em grandes organizações, até o momento que percebe uma oportunidade de criar o próprio negócio (DORNELAS, 2005).

### 5.5.3 Empreendedor Serial ou que Cria novos negócios

O Empreendedor Serial ou que Cria Novos Negócios, é aquele que se apaixonou não apenas pelos negócios que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Não se contenta em apenas ficar à frente do negócio criado, pois quer construir uma grande corporação. É um indivíduo que gosta de desafios, é atencioso em tudo que acontece ao seu redor (DORNELAS, 2005).

### 5.5.4 Empreendedor Corporativo

O Empreendedor Corporativo nos últimos anos tem tido mais evidência, devido à necessidade das organizações se renovarem, inovarem e criarem novos negócios (DORNELAS, 2005).

#### 5.5.5 Empreendedor Social

O Empreendedor Social ele visa ajudar o próximo, tem um grande desejo de mudar o mundo e cria oportunidades para aquelas pessoas que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos outros tipos de empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultado para o próximo e não para si próprio (DORNELAS, 2005).

#### 5.5.6 Empreendedor por Necessidade

O Empreendedor por Necessidade cria o próprio negócio por falta de alternativa. Geralmente surge por não ter acesso ao mercado de trabalho ou simplesmente foi demitido. Assim só o resta a opção de trabalhar por conta própria. E para começar a trabalhar se envolve em negócios informais. Este tipo de empreendedor acaba se tornando vítima do modelo capitalista do país, em que muitas vezes não tem a oportunidade de uma qualificação devida para desenvolver o seu negócio (DORNELAS, 2005).

#### 5.5.7 Herdeiro ou Sucessão Familiar

O Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar, como o próprio nome já diz, herda o legado de sua família tendo a missão de levá-lo a frente. Recentemente, tem ocorrido a profissionalização da gestão de empresas familiares, através de contratação de executivos de mercado para administrar a empresa. 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).

#### 5.5.8 Empreendedor “Normal” ou Planejado

Este tipo de empreendedor é aquele que se preocupa com os próximos passos do negócio, que cria metas a serem alcançadas, é aquele que se planeja. Este é o tipo que se espera de todo empreendedor, mas na prática nem sempre é o que acontece (DORNELAS, 2005).

## 5.6 O Processo empreendedor

Dornelas (2008), fala que o processo empreendedor é constituído de quatro fases, em que se dá pela identificação e avaliação da oportunidade, desenvolvimento do plano de negócios, determinação e captação dos recursos necessários, e o gerenciamento do negócio; tendo cada uma delas suas funções, ações e atividades do processo. A seguir na figura 3 é mostrado as fases do processo empreendedor.

**Figura 03 – As fases do processo empreendedor**



Fonte: Dornelas (2008).

No entendimento de Santos (2013), o processo empreendedor é constituído de quatro fases, da qual ele chama de etapas, que são: a primeira é a identificação de oportunidade e a análise se é viável; a segunda é o desenvolvimento de um plano de negócios; a terceira é a determinação de quais recursos serão necessários e procurar a melhor maneira de consegui-los; e a quarta é a parte de gerir e administrar a empresa.

Infelizmente chegar ao processo empreendedor nem todas as vezes se dá por motivos positivos, já que muitos indivíduos se deparam com a ausência de oferta de emprego, com o próprio desemprego e também com a necessidade de conseguir uma renda para sobreviver, e a partir desse contexto acabam surgindo diversos empreendedores involuntários. E quando isso vem acontecer, as chances do empreendimento não ser bem sucedido são enormes, já que em alguns casos o empreendedor não teve como se preparar, ou simplesmente pode não possuir o conhecimento necessário para conduzir o seu negócio (SANTOS, 1995).

## 6 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A figura do Microempendedor Individual (MEI) surgiu a partir da necessidade de formalização de profissionais que realizavam suas atividades de maneira informal, sem o respaldo da lei e sem benefícios. Em 19 de dezembro de 2008 aconteceu a aprovação da Lei Complementar nº 128/2008 que possibilitou essa formalização. A legislação do MEI entrou em vigor em 01 de julho de 2009.

Na figura 4 é demonstrado o processo de surgimento da figura do Microempendedor Individual.

**Figura 04 – Processo de surgimento do Microempendedor Individual**



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

De acordo com dados do portal do empreendedor, até dezembro de 2017 foram registrados 7.738.590 MEI's no país. No quadro 4 é demonstrado esse quantitativo.

#### Quadro 4 – Quantidade total anual de MEI's

QUANTIDADE TOTAL ANUAL DE MEI	
ANO	QUANTIDADE
2009	44.188
2010	781.715
2011	1.656.953
2012	2.665.605
2013	3.659.781
2014	4.653.080
2015	5.680.614
2016	6.649.896
2017	7.738.590

Fonte: Portal do Empreendedor adaptado pela autora (2018)

O processo de formalização é simples, rápido e gratuito e permite que o Microempreendedor possua um registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), além do certificado de Microempreendedor Individual e uma Inscrição Municipal.

Para ser um MEI é necessário que o empresário realize determinadas atividades previstas na legislação. Um dos principais requisitos da legislação para que um empreendedor possa se formalizar como MEI, é a realização de determinadas atividades previstas na lei, como atividades ligadas ao comércio, à indústria e à prestação de serviços, por exemplo. Essas atividades econômicas estão previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 2018.

Além de exercer as atividades específicas, para se formalizar como MEI é necessário que o empreendedor não fature mais do que R\$ 81.000,00 por ano; que não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa; e contrate no máximo um empregado.

Uma das vantagens da formalização como MEI são os benefícios tais como:

- **Aposentadoria por idade:** mulher aos 60 anos e homem aos 65, observado a carência, que é tempo mínimo de contribuição de 15 anos;
- **Aposentadoria por invalidez:** o MEI tem de contribuir para a Previdência Social por no mínimo 12 meses, a contar do primeiro pagamento em dia.
- **Auxílio doença:** o MEI tem de contribuir para a Previdência Social por no mínimo 12 meses, a contar do primeiro pagamento em dia.
- **Salário maternidade:** são necessários 10 meses de contribuição, a contar do primeiro pagamento em dia.
- **Benefícios para a família:** Pensão por morte – a partir do primeiro pagamento em dia. A data do primeiro pagamento não pode ser posterior a data do óbito. Auxílio reclusão – a partir do primeiro pagamento em dia. A data do primeiro pagamento não pode ser posterior a data da reclusão.
- **Não precisa contar com escrituração fiscal e contábil**, como uma empresa tradicional.
- **O sistema tributário é simplificado e se enquadra no SIMPLES Nacional.** Por meio do SIMPLES, o Microempreendedor Individual é isento de pagar tributos federais tais como Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, PIS, Cofins, IPI e CSLL.

## 6.1 Leis e Decretos

### 6.1.1 Lei nº 11.598/2007

Cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios - REDESIM e estabelece normas gerais para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas.

### 6.1.2 Lei Complementar nº 123/2006 – (Lei Geral da Micro e Pequena Empresa)

Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, também conhecido como a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

#### 6.1.3 Lei Complementar nº 128/2008

Cria a figura do Microempreendedor Individual - MEI e modifica partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa - Lei Complementar 123/2006.

#### 6.1.4 Lei Complementar nº 139/2011

Altera o limite de faturamento do MEI para até R\$ 60.000,00 e modifica partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa - Lei Complementar 123/2006.

#### 6.1.5 Lei Complementar nº 147/2014

Altera a Lei Complementar nº 123/2006, com simplificação de processos e procedimentos, impede o aumento de IPTU, cobranças de taxas diversas e normatiza o processo de cobranças de taxas associativas para o MEI, bem como modifica partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa - Lei Complementar 123/2006.

#### 6.1.6 Decreto nº 6.884/2009

Cria o Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios - CGSIM.

#### 6.1.7 Lei Complementar nº 155/2016

Altera a Lei Complementar nº 123/2006, para reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes pelo Simples Nacional; altera as Leis nº 9.613/98, 12.512/2011, e 7.998/90; e revoga dispositivo da Lei nº 8.212/91.

## **6.2 Resoluções CGSIM – Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios**

### 6.2.1 Resolução CGSIM nº 1, de 1º de julho de 2009

Aprova o Regimento Interno do Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios.

### 6.2.2 Resolução CGSIM nº 16, de 17 de dezembro de 2009

Estabelece as normas sobre a padronização de endereços na REDESIM e no cadastramento do Microempreendedor Individual - MEI.

### 6.2.3 Resolução CGSIM nº 18, de 09 de abril de 2010

Estabelece as normas para transferência de dados do Microempreendedor Individual - MEI às entidades que integram o CGSIM e seus grupos de trabalho.

### 6.2.4 Resolução CGSIM nº 22, de 22 de junho de 2010

Estabelece as normas sobre as pesquisas prévias de endereço das atividades econômicas/ocupações que serão desempenhadas e a classificação de risco destas atividades econômicas/ocupações.

### 6.2.5 Resolução CGSIM nº 29, de 29 de novembro de 2012

Estabelece normas sobre o licenciamento das atividades econômicas em relação ao Corpo de Bombeiros Militar.

### 6.2.6 Resolução CGSIM nº 36, de 02 de maio de 2016

Estabelece as normas a respeito do cancelamento do Microempreendedor Individual inadimplente com o pagamento do DAS-MEI e a DASN-SIMEI.

#### 6.2.7 Resolução CGSIM nº 39, de 28 de agosto de 2017

Estabelece as normas a respeito do cancelamento do Microempreendedor Individual inadimplente com o pagamento do DAS-MEI e a DASN-SIMEI.

#### 6.2.8 Resolução CGSIM nº 43, de 23 de novembro de 2017

Dispõe sobre alterações na resolução nº 36 de 02 de maio de 2016.

#### 6.2.9 Resolução CGSIM nº 44, de 29 de janeiro de 2018

Dispõe sobre alterações na resolução nº 36. de 02 de maio de 2016.

### **6.3 Resoluções CGSN – Comitê Gestor do Simples Nacional**

#### 6.3.1 Resolução Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94

Estabelece as normas sobre o Simples Nacional. (Revogado(a) pelo(a) Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018)

#### 6.3.2 Resolução CGSN nº 134, de 13 de junho de 2017

Estabelece normas sobre a possibilidade de parcelamento de dívidas tributárias do Microempreendedor Individual - MEI.

#### 6.3.3 Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018

Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional).

## **6.4 Resoluções ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária**

### 6.4.1 Resolução – RDC 49/2013 – ANVISA

Estabelece normas sobre a regularização do Microempreendedor Individual - MEI em atividades econômicas/ocupações de interesse da vigilância sanitária.

### 6.4.2 Resolução – RDC nº 153 – ANVISA

Estabelece normas sobre a classificação de risco das atividades econômicas de interesse da vigilância sanitária.

## **6.5 Instrução Normativa MAPA nº 16/2015 – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**

Estabelece normas de inspeção e fiscalização sanitária de produtos de origem animal, referente às agroindústrias de pequeno porte.

## 7 METODOLOGIA

“O método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.83).

O presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo principal de demonstrar a importância do conhecimento em empreendedorismo e como este contribuirá para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena – MA.

### 7.1 Abordagem e tipologia da pesquisa

Segundo Vergara (2005), a pesquisa pode ser dividida de várias formas. Mas a autora propoz dois critérios básicos para a realização da pesquisa que são: quanto aos meios e fins. Quanto aos fins a pesquisa pode ser exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista. Quanto aos meios, uma pesquisa pode ser de campo, laboratório, documentada, bibliográfica e experimental.

Quanto aos fins, este trabalho abrangeu dois métodos de pesquisas: a exploratória e a descritiva. Segundo Malhotra *et al* (2005), a pesquisa exploratória tem como principal objetivo proporcionar esclarecimento e compreensão para o problema enfrentado. Seu processo de pesquisa não é estruturado caracterizando-se como flexível. Dessa forma as informações necessárias são apenas vagamente definidas. O tamanho da amostra é pequeno não representativa, além de apresentar uma análise dos dados primários qualitativos. De acordo com Malhotra *et al* (2005), a pesquisa descritiva é um tipo de pesquisa conclusiva. Tem por objetivo descrever funções ou características do mercado. É marcada pela formulação de hipóteses específicas.

Quanto aos meios, o trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica e caracterizou-se como um estudo de caso. Segundo Marconi e Lakatos (2011, p.57), A pesquisa bibliográfica, ou fontes secundárias, abrangem toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo. O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados. (GIL, 2011, p. 58)

Com base em Yin (2015) encontrou-se os fundamentos para o interesse da escolha do estudo de caso como uma das alternativas para este trabalho.

[...] utiliza-se o estudo de caso em muitas situações, para contribuir com o conhecimento que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo, além de outros fenômenos relacionados. [...] o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de setores econômicos. (YIN, 2005, p. 20).

Assim, a coleta de dados foi realizada através da pesquisa de campo. Segundo Marconi e Lakatos (2011, p.69) “ Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos a cerca de um problema para o qual se procura uma resposta. ”

Quanto a abordagem do problema da pesquisa, a mesma possui uma abordagem de cunho qualitativo, uma vez que utilizou-se entrevistas, fazendo-se a aplicação de questões a fim de alcançar os resultados mediante o problema proposto, com o levantamento de dados e interpretação dos mesmos. Segundo Malhotra *et al* (2005) o objetivo da pesquisa qualitativa é a obtenção da compreensão qualitativa do problema. A amostra é tomada por um número pequeno de casos. A coleta dos dados não é estruturada e sua análise não é estatística.

## **7.2 Local da Pesquisa, Universo e Amostra**

A pesquisa será realizada na cidade de Santa Helena – Maranhão, onde o público alvo serão os empreendedores que tem cadastro na Sala do Empreendedor do município.

Segundo Vergara(2011, p.46), universo ou população de uma pesquisa é “um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) que possuem as características que serão objeto de estudo”. Para Marconi e Lakatos (2011, p.27) amostra é a porção ou parcela escolhida de acordo com uma população.

O universo desta pesquisa se delimitará a estudar a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um MEI no âmbito

do município de Santa Helena-Ma. Em que esse universo compreende 15 (quinze) Microempreendedores Individuais cadastrados na Sala do Empreendedor.

Para isso, o estudo será efetuado junto à “Sala do Empreendedor” na cidade de Santa Helena – MA, estando situada na Av. Duque de Caxias, s/nº, Centro.

A amostra será não probabilística caracterizada por acessibilidade, ou seja, longe de qualquer procedimento estatístico selecionando elementos pela facilidade de acesso a eles. Neste tipo de amostragem, não se faz uso de formas aleatórias de seleção e nem aplicação de fórmulas estatísticas. (MARCONI; LAKATOS, 2011, p.37). A população amostral serão alguns dos empreendedores que tem cadastro na Sala do Empreendedor do município.

### **7.3 Coleta, Tratamento e Análise dos dados**

A coleta de dados é uma etapa importante durante a pesquisa de campo pois, é por meio dela, que se é possível levantar informações pertinentes quanto a pesquisa. Quanto as técnicas, vem a ser um conjunto de regras ou projetos utilizados por uma ciência, que vem a ser a parte prática da coleta de dados.

Inicia-se com a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas estabelecidas durante o processo de universo e amostra. Podem ser aplicadas diferentes técnicas como entrevistas, questionário, observação e a pesquisa documental.

Neste trabalho, a coleta de dados foi realizada por meio de um levantamento bibliográfico e por meio de entrevista, com questões referentes ao tema da pesquisa (APÊNDICE A). A entrevista foi aplicada com os empreendedores que tem cadastro na Sala do Empreendedor do município.

Em virtude da natureza do problema investigado, o tratamento de dados deste trabalho foi realizado como dito anteriormente com base no levantamento bibliográfico e aplicação da entrevista. De modo que o mesmo possui uma abordagem qualitativa.

Marconi e Lakatos (1996) descrevem que a análise de dados é uma das fases mais importantes da pesquisa, pois, a partir dela é que serão apresentados os resultados e a conclusão da pesquisa.

A entrevista enquanto técnica “consiste no desenvolvimento de precisão. Focalização, fidedignidade e validade de um certo ato social como a conversação” (GOODE; HATT 1969, apud MARCONI; LAKATOS, 2007, p.92).

#### **7.4 Limitação da Pesquisa**

A presente pesquisa não deixou de ter limitações, ainda mais por se tratar de um método qualitativo, pois, este possui limitações em relação à veracidade e precisão das informações obtidas, em que a análise é feita de modo subjetivo pelo fato da interpretação do pesquisador (a).

Em relação aos resultados obtidos, estes cabem somente a amostragem observada, pelo fato de ser um estudo de caso se restringindo a limitação determinada. E por isso não se deve fazer a generalização desses resultados, por ser uma pesquisa de caráter qualitativo.

O tamanho da amostra foi outra limitação identificada. Apenas os Microempreendedores Individuais cadastrados na Sala do Empreendedor do município de Santa Helena - Ma foram escolhidos para o levantamento dos dados para a presente pesquisa.

## **8 O MUNICÍPIO DE SANTA HELENA**

O município de Santa Helena está localizado na Mesorregião do Norte Maranhense, Microrregião da Baixada Ocidental Maranhense a uma altitude de 40 metros acima do nível do mar, a uma área de 21.000 km<sup>2</sup>, rebaixada em forma de concha, antes um lago, se sedimentando.

Santa Helena faz parte da Mesorregião mais populosa do Estado do Maranhão e tem uma atividade econômica bastante diversificada. Segundo o censo demográfico de 2000, Santa Helena ficou em 4º lugar na Microrregião da Baixada Ocidental Maranhense. A base da alimentação dessa região é o peixe.

O município de Santa Helena apresenta as seguintes coordenadas geográficas: 2º 15'30" latitude sul e 45º 24'40" longitude oeste a W.Gr. A sede do município da cidade de Santa Helena, situa-se à margem direita do Rio Turiaçu.

O município de Santa Helena já teve momentos de uma economia em ascensão na década de quarenta. Pois apresentava uma agricultura e pecuária bem desenvolvida e diversificada. As mesmas supriam as necessidades internas com condições ainda de inserção no comércio de outras regiões através da exportação. A pesca sempre foi a principal fonte de sobrevivência da população carente deste município. Grande parte da produção é para consumo interno e o restante destina-se a exportação a outros municípios e estados mais próximos.

A indústria neste município é praticamente inexistente, exceto pela fabricação da farinha de mandioca na zona rural por pequenos produtores locais de forma precária e em pequenas quantidades. Esta produção é quase 80% para o próprio consumo. Outra produção industrial é o de telhas e tijolos feitos do massapé nas olarias às margens do Rio Turiaçu. Hoje todas são industrializadas. Além dessas já citadas existe uma fábrica de gelo, que dá suporte a atividade pesqueira deste município; e uma fábrica de móveis.

### **8.1 O empreendedorismo no município**

O município de Santa Helena com o passar dos anos teve um aumento de empreendimentos surgindo. Muitos indivíduos sendo por desejo de montar o próprio negócio ou somente pela necessidade de adquirir uma renda extra, ou também por

fuga do desemprego procuraram abrir um negócio, que na maioria das vezes começa de Maneira informal.

Santa Helena está no eixo viário (MA-106) que interliga a região ao Alto Turi-Gurupi e ao estado do Pará (BR 316). Fazendo dela uma passagem de abastecimento importante da Baixada Maranhense, já que essa localização proporciona um grande tráfego de veículos no seu entorno e favorece a atividade comercial. Além do comércio, Santa Helena tem vocação econômica para a agricultura familiar e pesca artesanal. Nos registros de MEI's que atuam no município é encontrado atividades econômicas como estas.

Os pequenos negócios movimentam de maneira significativa a economia do município. E por ter esse impacto de modo positivo, a prefeitura em parceria com o SEBRAE implantou a Sala do Empreendedor no município, possibilitando assim um melhor apoio aos empreendedores. Disponibilizando a estes a busca por uma orientação especializada para ajuda-los a tirar todas as dúvidas possíveis.

#### 8.1.1 Sala do Empreendedor

A Sala do Empreendedor é, a princípio, um espaço físico da prefeitura municipal que materializa a simplificação dos processos de abertura, baixa e funcionamento das empresas. Um local onde os empresários podem ter informações e solucionar problemas.

A Sala do Empreendedor é um local onde o empreendedor do município encontra orientações e informações diversas para a sua pequena empresa podendo, inclusive, servir como ponto de encontro para fechamento de negócios.

A prefeitura tem papel fundamental na Sala do Empreendedor. Ela presta informações e orientações sobre lei de zoneamento, formulários, notas fiscais, livros fiscais, exigências da Vigilância Sanitária, parcelamento de débitos municipais, uso e ocupação de solo (ambulantes), setor de licitações, aquisição da agricultura familiar (PAA, PNAE e PPAIS), emissão da DAP para grupos de agricultores familiares. Também providencia a Inscrição Municipal do contribuinte e faz a inscrição do MEI.

A Sala do Empreendedor, Casa do Empreendedor, Espaço do Empreendedor ou qualquer outra denominação que o município queira atribuir a este importante espaço resulta no estímulo à formalização e ao desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios locais.

## 9 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise feita dos resultados se deu a partir das perguntas contidas no roteiro da entrevista. A seleção dos participantes para se fazer a coleta dos dados, foi baseada pela questão de envolvimento na Sala do Empreendedor do município, portanto foram entrevistados alguns Microempreendedores Individuais que tem cadastro na Sala do Empreendedor, selecionados no total de 15 (quinze) MEI's. No quadro 5 é demonstrado a identificação dos MEI's selecionados:

**Quadro 5 – Identificação dos MEI's selecionados**

MEI	Gênero	Faixa etária	Escolaridade	Atividade econômica principal	Tempo de criação do negócio
M1	Feminino	31 – 40 anos	Ensino superior incompleto	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	2,2 anos
M2	Feminino	31 – 40 anos	Ensino médio completo	Comércio de artigos de papelaria	10 anos
M3	Feminino	31 – 40 anos	Ensino superior incompleto	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	10 anos
M4	Masculino	21 – 30 anos	Ensino superior completo	Fornecimento de alimentos para empresas	7 meses
M5	Feminino	31 – 40 anos	Ensino médio completo	Comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios	4 meses
M6	Masculino	41 – 50 anos	Ensino médio completo	Comércio de brinquedos e artigos recreativos	5 anos
M7	Feminino	21 – 30 anos	Ensino superior completo	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	3 anos
M8	Masculino	51 – 60 anos	Ensino Médio Completo	Comércio de medicamentos veterinários	1,6 ano
M9	Masculino	31 – 40 anos	Ensino superior incompleto	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos	5 anos
M10	Feminino	51 – 60 anos	Ensino médio incompleto	Comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios	9 meses
M11	Feminino	21 – 30 anos	Ensino médio completo	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	1 ano
M12	Masculino	21 – 30 anos	Ensino médio completo	Comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios	3 anos

M13	Feminino	21 – 30 anos	Ensino superior incompleto	Agências de viagens	2 meses
M14	Masculino	41 – 50 anos	Ensino médio completo	Comércio de artigos de caça, pesca e camping	5,6 anos
M15	Masculino	31 – 40 anos	Ensino médio completo	Comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios	1 ano

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Ao analisar o quadro, percebe-se que quanto ao gênero, a quantidade quase se igualava, no total foram 8 (oito) MEI's do gênero feminino e 7 (sete) do gênero masculino. Na faixa etária predominou-se o número de entrevistados com idades entre 31 e 40 anos, e entre 21 e 30 anos.

Em relação a escolaridade, a maioria tem o ensino médio completo. No que se refere a atividade econômica principal exercida, destacou-se dois tipos: comércio de artigos de vestuário e acessórios, com quatro estabelecimentos trabalhando com essa atividade; e comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com quatro estabelecimentos atuando na mesma atividade.

O tempo de criação dos negócios dos MEI's entrevistados são de quatro empreendedores com menos de 1 ano; quatro de 1 ano à 2,5 anos; dois com 10 anos, dois com 3 anos; e três com 5 anos.

### **9.1 Qual era sua principal ocupação antes de se registrar como MEI?**

A maioria dos entrevistados teve o mesmo tipo de ocupação, no caso oito responderam que eram vendedores ambulantes, quatro disseram que já trabalhavam nessa atividade econômica atual, dois responderam que estavam desempregados, e um disse que era estudante.

Neste ponto podemos observar que a maioria já fazia algum tipo de trabalho antes de se registrar como MEI, mas não deixa de existir aqueles que começaram um empreendimento por causa da necessidade de um emprego, e por isso buscaram fazer o próprio negócio.

## **9.2 Qual é a sua atividade econômica como MEI?**

Dois tipos de atividades se destacaram. Quatro dos entrevistados exercem a atividade de comércio de artigos de vestuário e acessórios; Quatro tem como atividade o comércio de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios. As demais atividades de comércio de artigo de papelaria; fornecimento de alimentos para empresas; comércio de brinquedos e artigos recreativos; comércio de medicamentos veterinários; lojas de variedades, exceto lojas de departamento; agências de viagens; e comércio de artigos de caça, pesca e camping; tiveram cada uma, um entrevistado que exerce essas atividades, totalizando assim sete dos quinze entrevistados.

O Comércio no município se destaca bastante em estabelecimentos que trabalham com roupas, acessórios, etc. E também em relação a produtos alimentícios, muitos optam por abrir um mini supermercado, sendo este denominado muitas vezes como mercadinho ou mercearia.

## **9.3 Você fez algum curso específico sobre como empreender? Que tipo de curso?**

Apenas nove dos entrevistados fizeram algum tipo de curso que poderiam ajudar no gerenciamento do negócio. Cursos como Gestão financeira, Técnicas de vendas, Gestão empresarial e Administração.

Atualmente no mercado profissional existe diversos cursos que possibilita que diversas pessoas se qualifiquem para conseguir administrar seu negócio, desde a criação ao desenvolvimento do mesmo.

## **9.4 Você acredita que a partir da implantação da Sala do Empreendedor no município, com as informações e atendimentos disponibilizados para o MEI; você conseguiu gerenciar melhor o seu negócio?**

Os entrevistados foram unânimes nesta resposta, todos responderam que sim, pois, a Sala do Empreendedor possibilita que o empreendedor tire diversas dúvidas sobre o seu empreendimento, fornece alguns tipos de serviços, como formalização, atualização de cadastro, emissão de boletos, declaração anual, etc.

Oficinas e palestras são feitas para que os empreendedores possam adquirir mais conhecimento sobre o ramo, e possam se desenvolver ainda mais.

### **9.5 Você busca conhecimentos sobre o seu tipo de negócio?**

De modo unânime também, todos os entrevistados disseram que sim, e falaram no mesmo sentido que essa busca de conhecimento sobre o seu negócio, melhora mais na venda, pois, a partir dessa ação conseguem enxergar o que é melhor para o seu empreendimento. A maioria busca através de cursos, outros simplesmente pesquisam na internet, e outros buscam com outras pessoas, como outros empresários no mesmo ramo.

### **9.6 Quando pensou em se tornar um MEI, você planejou o tipo de negócio que queria criar? Elaborou o Plano de Negócio do seu empreendimento?**

A maioria disse que sim. Mas ao ser perguntado se elaboraram o plano de negócios alguns voltaram atrás na resposta. Alguns planejaram de forma simples, uns quatro, estes determinaram o que iriam fazer, viram o que era preciso e começaram a colocar em prática, mas de uma maneira organizada. Os poucos que disseram que realmente fizeram o plano foram dez dos entrevistados, estes falaram o quanto isso os ajudou, pois assim possibilitou entender melhor como realmente era e como deveria ser colocado o seu empreendimento. E apenas uma pessoa não planejou de forma alguma, montou o negócio por que esse era um dos tipos de coisas com que gostava de trabalhar, mas que mudava muito constantemente de produto, não tinha algo específico para um público-alvo, e por isso com o passar dos anos passou a buscar conhecimentos para melhorar seu negócio.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é de grande importância tanto para aquele que o exerce, como para aquele que usufruirá de alguma forma os seus benefícios. O empreendedorismo é importante para o município no que diz respeito a arrecadação de tributos, que implicará em investimentos futuros para o próprio município.

O desenvolvimento do comércio da região tem grande parcela de contribuição dos empreendedores presentes no município. Pois, estes são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital. Mas para que estes permaneçam no mercado é necessário que seu empreendimento realmente se desenvolva. De fato, para que isto ocorra esses empreendedores tem buscar conhecimentos para o seu tipo de negócio, não basta simplesmente abrir uma empresa e deixar as coisas caminharem sozinhas.

É por essa necessidade de se manter no mercado, que a cada dia se torna mais competitivo, as empresas procuram modernizar e aumentar a sua capacidade de conhecimento, tentando disseminá-lo na organização e incorporá-lo a produtos, e serviços.

O presente trabalho teve como objetivo principal demonstrar a importância do conhecimento em empreendedorismo e como este contribuirá para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena-MA. Através dos objetivos específicos, pode-se perceber o posicionamento de cada empreendedor frente a realidade existente de cada um, as expectativas e anseios no atingimento dos resultados pela busca do conhecimento no seu negócio. Além de identificar a parcela de contribuição no processo de desenvolvimento dos MEI's decorrente da implantação da Sala do Empreendedor no município.

Muito ainda pode ser estudado a respeito da importância do empreendedorismo e como o conhecimento pode ser uma peça fundamental para o desenvolvimento de uma empresa. Em pesquisas futuras pode ser abordado de maneira mais profunda a questão da educação empreendedora, de como a implantação da mesma, através de projetos para levar o conhecimento empreendedor a mais pessoas, pode fazer toda a diferença na hora de se abrir um negócio.

A problemática desta pesquisa diz respeito a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um Microempreendedor Individual

no município de Santa Helena-MA, e para conseguir a resposta a este problema utilizou-se a técnica da entrevista junto aos microempreendedores.

No decorrer do trabalho utilizou-se da literatura para contextualizar sobre o conceito de administração, gestão empresarial, gestão empreendedora, empreendedorismo e da figura do Microempreendedor Individual.

Dessa forma, esta pesquisa foi de suma importância para a pesquisadora, para a academia, como também para o município de Santa Helena-Ma. Primeiro para a pesquisadora, pois permitiu dar aplicabilidade sobre o referencial teórico levantado ao longo do desenvolvimento do estudo. Segundo a academia, já que servirá de uma nova fonte de consulta e auxílio em relação ao referido tema abordado. E por fim, ao município de Santa Helena-Ma, como também aos Microempreendedores estudados que poderá ter o devido conhecimento acerca da importância deste trabalho, sendo este um material que servirá como base na busca da melhoria das necessidades diagnosticadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração teoria, processo e prática**. 4 ed. São Paulo: Elsevier, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Cartas a um jovem administrador: o futuro está na administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- Como implementar a Sala do Empreendedor? Quero saber +**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/a0e385535add59ef7ae103c3adf435f4/\\$File/SP\\_comoimplementarasaladoempreendedor\\_16.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a0e385535add59ef7ae103c3adf435f4/$File/SP_comoimplementarasaladoempreendedor_16.pdf). Acessado em: 18 set. 2018.
- CRAWFOD, Richard. **Na Era do Capital Humano**. São Paulo, Atlas, 1994.
- DE MORI, F., et al. **Características do empreendedor: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. DE MORI, Flávio; TONELLI Alessandra; LEZANA, Álvaro Rojas G.; GILHON Paulo Tarso de. (Org) Florianópolis: Escola de novos empreendedores, 1998 p. 39-42.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, p. 134-181, 2013.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.
- DORNELAS, **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso: 2ª ed.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Innovation and Entrepreneurship**. New York, Harper & Row, 1985.

- DRUCKER, Peter F. **As Fronteiras da Administração**: onde as decisões do amanhã estão sendo determinadas hoje. São Paulo: Pioneira, 1989.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- DRUCKER, Peter F. O melhor de Peter Drucker: a administração. São Paulo, Nobel, 2001.
- Estatísticas**. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acessado em: 31 out.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6 ed. São Paulo: Atlas 2010.
- GULLO José. **Administração: Para Quem Estuda, Ensina e Pratica**. São Paulo: Bom dia, 2016.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.
- LONGENENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J.W. **Administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Pearson, 2004.
- MALHOTRA et al.,. Introdução a Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- MARANALDO, Dirceu. **Estratégia para a Competitividade**. São Paulo, Produtivismo, 1989.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. – 6. reimpr. São Paulo: Atlas: 2011.
- MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. **A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos**. In: XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Gramado, 2006.
- MAXIMIANO, Antônio C. A. **Introdução à Administração**. 5ª Ed. Rev. e Ampl. S. Paulo, Editora Atlas, 2000.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 6. ed. rev. e Ampl. São Paulo: Atlas, 2004.
- MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 1998.
- MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History**, v. 12, n. 1, p.12-35, 2006.

- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria estratégica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- PARK, K. H. (coord.) **Introdução ao estudo da administração**. São Paulo, Pioneira, 1997.
- PINCHOT III, Gifford. Intrapreneuring: **Porque Você não Precisa Deixar a Empresa para Tornar-se Empreendedor**. São Paulo, Harbra, 1989.
- SANTOS A. **O Processo Empreendedor**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economiaefinancas/oprocessoempreendedor/54089/>>. Acessado em: 5 nov. 2018.
- SANTOS, S. A.; PEREIRA, H. J. **Criando seu próprio negócio**: como desenvolver seu potencial empreendedor. Brasília, SEBRAE, 1995.
- Schaefer, Ricardo; Minello, Italo F. **Educação Empreendedora**: Premissas, objetivos e metodologias. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. Rio de Janeiro, v.10, n.3, p. 60-81, 2016.
- SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.
- STEWART, T.A. **A Riqueza de conhecimento: o capital intelectual e a nova organização**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 517 p.
- STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1999.
- Tavares, C. M.; Moura, G. L.; Alves, J. N.: **"Educação empreendedora e a geração de novos negócios"**, en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 188, 2013. Disponível em: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/13/empreendedorismo.html>>. Acessado em: 02 nov. 2018.
- YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015, 320 p.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – ENTREVISTA



### UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**A ARTE DE ADMINISTRAR:** a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um MEI no município de Santa Helena – Ma.

**Caro empreendedor (a),**

**Esta pesquisa tem como objetivo principal, demonstrar a importância do conhecimento em empreendedorismo para o desenvolvimento de um Microempreendedor Individual (MEI) no Município de Santa Helena. O caráter desta pesquisa é acadêmico e faz parte do processo de coleta de dados do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA).**

**Atenciosamente,**

**Yasmim Penha Silva**  
(Orientanda)

**Prof. Celso Antonio Lago Beckman**  
(Orientador)

**NOME:** \_\_\_\_\_

**TÍTULO DO ESTABELECIMENTO:** \_\_\_\_\_

**GÊNERO:** ( ) FEMININO ( ) MASCULINO

**FAIXA ETÁRIA:** ( ) 18-20 ( ) 21-30 ( ) 31-40 ( ) 41-50  
( ) 51-60 ( ) 61-70 ( ) Acima de 70

**NÍVEL DE ESCOLARIDADE:** ( ) Ens. Fundamental C. ( ) Ens. Fundamental I.  
( ) Ens. Médio C. ( ) Ens. Médio I. ( ) Ens. Superior C. ( ) Ens. Superior I.  
( ) Pós-Graduação ( ) Mestrado ( ) Doutorado ( ) Outros \_\_\_\_\_

**TEMPO DE CRIAÇÃO DO EMPREENDIMENTO:** \_\_\_\_\_

**1- Qual era sua principal ocupação antes de se registrar como MEI?**

**2- Qual é a sua atividade econômica como MEI?**

**3- Você fez algum curso específico sobre como empreender? Qual curso e a instituição?**

**4- Você acredita que a partir da implantação da Sala do Empreendedor no município, com as informações e atendimentos disponibilizados para o MEI; você conseguiu gerenciar melhor o seu negócio?**

**5- Você busca conhecimentos sobre o seu tipo de negócio?**

**6- Quando pensou em se tornar um MEI, você planejou o tipo de negócio que queria criar? Elaborou o Plano de Negócio do seu empreendimento?**