



ISSN on-line: 2238-4170
<http://periodicos.estacio.br/index.php/gestaocontemporanea>
Gestão Contemporânea, v.11, n.2, p. 117-138, nov. 2021.

ARTIGO ORIGINAL

EMPREENDEDORISMO E MICROEMPREENDEDORISMO: O NOROESTE DO PARANÁ - BRASIL

ORIGINAL ARTICLE

ENTREPRENEURSHIP AND MICRO ENTREPRENEURSHIP: THE NORTHWEST OF PARANÁ - BRAZIL

Caroline Souza Saraiva¹

Rejane Heloíse dos Santos²

Universidade Estadual do Paraná - UNESPAR, Brasil

Resumo

Considerando a importância dos pequenos empreendedores no cenário brasileiro, o presente artigo objetiva compreender as características e particularidades dos micros e pequenos empreendedores da região Noroeste do estado do Paraná, Brasil. Para tanto uma pesquisa qualitativa, descritiva, utilizando questionários eletrônicos do tipo *survey* para coleta de dados com 21 empreendedores foi realizada. A análise foi realizada utilizando-se da técnica de análise de conteúdo. Os resultados demonstraram que existe uma diversidade na idade nos empreendedores da região, além da ausência de curso superior ou capacitação para a abertura das empresas, além da falta de planejamento formal e pesquisa de mercado prévia a abertura ou durante a condução do negócio. Questões financeiras são os principais problemas enfrentados pelos empreendedores, que podem estar relacionadas à carência de ferramentas administrativas formais e de planejamento, evidenciando que os dados brasileiros sobre empreendedorismo podem ser aplicados à região estudada.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Microempreendedorismo. Microempreendedor.

Abstract

Considering the importance of small entrepreneurs in the Brazilian scenario, this article aims to understand the characteristics and particularities of micro and small entrepreneurs in the Northwest region of the state of Paraná, Brazil. For that, a qualitative, descriptive research, using electronic survey questionnaires to collect data with 21 entrepreneurs was carried out. The analysis was performed using the content analysis technique. The results showed that there is a diversity in the age of entrepreneurs in the region, in addition to the absence of higher education or training to start a business, in addition to the lack of formal planning and market research prior to opening or during the course of business. Financial issues are the main problems faced by entrepreneurs, which may be related to the lack of formal administrative and planning tools, showing that Brazilian data on entrepreneurship can be applied to the region studied.

Keywords: Entrepreneurship. Microentrepreneurship. Micro-entrepreneur.

INTRODUÇÃO

No Brasil, segundo Dornelas (2016), o empreendedorismo começou a se destacar por volta de 1990, momento em que algumas instituições como o Serviço

¹ Graduanda em Administração pela UNESPAR. E-mail: carol_souzasaraiva@hotmail.com.

² Doutoranda em Administração pela Universidade Estadual de Maringá; Mestre em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (2017); Professora Colaboradora da Universidade Estadual do Paraná. E-mail: rejaneheloise@hotmail.com.

de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX), foram inauguradas. Com isso, houve a ampliação do empreendedorismo na perspectiva brasileira, que segundo Dornelas (2016), possibilitou a expansão de uma visão empreendedora, além da criação do programa federal Brasil Empreendedor, que visava capacitar empreendedores.

Segundo informações do estudo do GEM (2018), em nosso país há uma taxa de empreendedorismo total de 38%, logo, torna-se possível estimar que a cada cinco brasileiros, dois encontram-se envoltos em ocupações empreendedoras. Conforme afirma o GEM (2018), entre os países participantes da pesquisa, o Brasil se posiciona em décimo primeiro lugar no ranking geral entre os outros 48 países participantes. Em relação ao quesito de renda média, o Brasil ocupa o sexto lugar entre os 11 países da categoria de média renda, já em comparação aos países participantes do grupo Brics (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) que participaram da pesquisa, o Brasil se destaca apresentando a mais alta taxa de renda média.

Em se tratando da movimentação da economia total do país, os pequenos empreendedores apresentam um índice de participação de aproximadamente 30%, conforme indica pesquisa do SEBRAE (2020). A pesquisa ainda destaca que nos últimos 30 anos, a participação dos pequenos empresários na contribuição da riqueza do país tem ocorrido de forma crescente e contínua. Além da movimentação na economia, há outro aspecto a ser evidenciado, o de que os micros e pequenos negócios auxiliam de maneira significativa quanto a geração de novos empregos no país. Conforme a pesquisa do SEBRAE (2020), no período entre os anos de 2016 a 2019, houve um saldo favorável no quesito de geração de novos empregos, idealizando aproximadamente 13,5 milhões de vagas nesse período.

Outro ponto frisado pela pesquisa do SEBRAE (2020) é a estimulação dos micros e pequenos empreendedores como uma estratégia para reduzir a devastação que transcorre em uma crise econômica. Isso se deve ao fato de que esses pequenos empreendedores trabalham com um baixo contingente, sendo possível manter a força de trabalho com uma baixa margem de demissões.

Os índices poderiam ser ainda superiores caso não existissem tantos micro e pequenos empreendedores irregulares, com inadimplências ou que ainda operam informalmente. Nesse sentido, o objetivo da presente pesquisa é compreender as características e particularidades dos micros e pequenos empreendedores da região Noroeste do estado do Paraná, Brasil. Para tanto, o presente trabalho conta além dessa seção introdutória; com uma segunda seção de referencial teórico acerca do empreendedorismo, tipos de empreendedorismo, caracterização do empreendedorismo no Brasil e no mundo e dados da atividade empreendedora e microempreendedora; uma terceira seção apresentando os indicativos metodológicos; uma quarta seção de análise dos dados coletados e discussão dos resultados, bem como uma seção de considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO: EMPREENDEDORISMO

Contrariando a ideia popularmente aceita de que o empreendedorismo se refere exclusivamente à criação de um novo negócio, Dornelas (2018) afirma que a elaboração de uma empresa nova é a maneira pela qual o empreendedorismo é popularmente conhecido, porém no que diz respeito à ação empreendedora, existem diversas maneiras de realizá-la. O autor exemplifica que um ator ou um funcionário público, dependendo de suas atitudes pode ser considerado um empreendedor em seu meio de trabalho (DORNELAS, 2018).

Em concordância, Dolabela (2006) já alegava que independentemente de quem seja ou do que faça, empreendedor é aquele que busca integralmente a realização de seus objetivos. Assim, segundo o autor, qualquer indivíduo dispõe de essência empreendedora, basta que o indivíduo coloque em prática seus anseios e desejos, permitindo-se irromper na busca de maneiras para a realização de seus objetivos. Com isso, entende-se que para que um indivíduo seja visto claramente na sociedade como um empreendedor, existe a necessidade de apresentar algumas atitudes que possam demonstrar sua busca para a realização completa de seus propósitos ou ainda atitudes em que possa se observar características empreendedoras, como a otimização de recursos variados.

Baron e Shane (2007), ao conceituarem o empreendedorismo enquanto área de negócios, defendem o empreendedorismo enquanto um processo, sendo assim, uma sucessão de ocorrências e ações que decorrem ao longo do tempo. Nessa visão, o empreendedorismo se inicia com a intenção de gerar algo inédito, aprimorado e conseqüentemente a inserção dessa novidade no mercado, caso contrário, haveria apenas a instituição da criatividade e inspiração, não sendo considerados como empreendedorismo. Nesse sentido, Baron e Shane (2007) indicam que o empreendedorismo é desempenhado por sujeitos característicos com a possibilidade de exercer as ações necessárias para ser um empreendedor. As ações mencionadas são definidas como a identificação de uma oportunidade e o reconhecimento dos procedimentos necessários para que essa oportunidade possa ser analisada e aprofundada.

Nessa visão, para que um indivíduo seja visto como empreendedor, além de reconhecer uma nova maneira de empreender, existe a necessidade também de desenvolver essa ideia e colocá-la em prática. Baron e Shane (2007) afirmam que a essência do empreendedorismo está na concepção ou constatação de uma finalidade comercial para algo novo. Com isso, os autores declaram que diversas criações não se transformam em algo real devido à inexistência de proveitos comerciais.

EMPREENDEDORISMO: POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE

O empreendedorismo pode ser classificado em duas categorias: empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade. Segundo Dornelas (2018), o empreendedorismo por necessidade emerge quando algum indivíduo busca alternativas para combater algumas situações em que se encontra principalmente na situação do desemprego, ou muitas vezes por não conseguir trabalho formal devido à falta de conhecimento ou algum requisito solicitado para a ocupação das vagas.

Em relação ao empreendedorismo por oportunidade, Dornelas (2018) afirma que a forma de emergir nesse contexto difere do empreendedorismo por necessidade. Enquanto o empreendedorismo por necessidade relaciona-se a

possibilidade de sobrevivência do indivíduo, o empreendedorismo por oportunidade dispõe de uma organização e um planejamento antecedente. Com isso, normalmente o empreendedor por oportunidade visa alcançar alguma meta de vida, uma realização de um sonho, uma renda extra ou uma autonomia (DORNELAS, 2018).

Sobre as categorias do empreendedorismo, Dornelas (2018) explicita a superioridade e desejabilidade do empreendedorismo por oportunidade frente ao empreendedorismo por necessidade, já que o primeiro é o principal gerador de desempenho econômico e o segundo, motivador de taxas de mortalidade das empresas. O autor afirma que, para o indivíduo ser capaz de se sobressair ao ambiente em que está posicionado, há a necessidade de buscar outras possibilidades, para que assim exista a probabilidade de se sustentar e amparar sua família. O autor ainda afirma que os empreendedores com maior êxito são os indivíduos que tiveram a oportunidade de desenvolver e aprimorar seu conhecimento tácito ao longo do tempo. Esse aprimoramento, na perspectiva desse autor relaciona-se à busca pelo conhecimento explícito ou formal.

Assim, enquanto o empreendedor por necessidade muitas vezes não dispõe do conhecimento tácito e explícito necessários, o empreendedor por oportunidade pode deter os conhecimentos necessários para ocupar um cargo formal, mas, por decisão própria decide buscar alternativas de trabalho. Baron e Shane (2007) afirmam que uma oportunidade é explorada no ramo do empreendedorismo por meio da elaboração ou descobrimento de um novo produto ou serviço, em que se possa efetuar a abertura de um novo negócio. Com isso, o empreendedorismo por oportunidade visa a criação de algo novo, seja este um produto ou mercado. Dornelas (2018) ainda cita algumas opções que o empreendedor por oportunidade dispõe para se inserir no mercado empreendedor, como as franquias, a abertura do próprio negócio e atuar como empreendedor público.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), responsável pela pesquisa e exploração do assunto do empreendedorismo no mundo, a pesquisa do GEM de 2018 demonstrou aumento sobre a relação entre os empreendedores por

oportunidade e por necessidade comparado ao ano de 2017 no Brasil. Sendo assim, em 2017 a pesquisa apontou que para cada empreendedor por necessidade em fase inicial, existia 1,5 empreendedores por oportunidade e no ano de 2018 houve um sucinto aumento para 1,6 (GEM, 2018). Os dados da pesquisa GEM (2018) no país apontam que a taxa de empreendedorismo motivado por oportunidade é de 11,0%, enquanto a taxa de motivação por necessidade é de 6,7%. Com isso, interpreta-se que para cada empreendedor por necessidade há 1,6 empreendedores por oportunidade. Entre os 49 países que participam da pesquisa, o Brasil se posiciona em quadragésimo nono lugar quanto aos fatores motivacionais (GEM, 2018), ou seja, últimos lugares no ranking.

Conforme informações do GEM (2018), a diminuição do número de empreendedores por necessidade em fase inicial no país, geralmente ocorre devido ao encerramento de suas atividades para assim, voltar a ingressar ao mercado de trabalho formal. Enquanto os empreendedores por oportunidade continuam a aumentar em reciprocidade a melhora da economia Brasileira.

Conforme explica o autor Dornelas (2018), existe a possibilidade de migração entre o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. Essa situação ocorre com maior frequência com a formalização de um empreendedor informal. Com isso, um empreendedor que antes busca apenas suprir seus objetivos básicos de sobrevivência, passa a dispor de uma visão de motivação, apresentando uma perspectiva inovadora para empreender. Porém, como o autor afirma, há casos em que ocorre a migração, mas, o empreendedor permanece com ações do empreendedorismo por necessidade. Sendo assim, não basta apenas se formalizar, existe a necessidade de transformação de perspectiva de futuro.

EMPREENDEDORISMO NO MUNDO E NO BRASIL

No Brasil, segundo o autor Dornelas (2016; 2018), o empreendedorismo começou a se destacar por volta de 1990, no qual algumas instituições como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX), foram inauguradas. Com isso, houve a emergência do empreendedorismo na visão brasileira, que segundo Dornelas

(2016; 2018), possibilitou a expansão da visão empreendedora, que teve o plano de negócios inserido em sua realidade, além da criação do programa federal Brasil Empreendedor, que visava capacitar empreendedores.

Para o GEM (2018), existe uma classificação quanto aos empreendedores existentes, para que possam ser obtidas duas principais taxas de empreendedorismo, sendo a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) e a taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE). A pesquisa é realizada com a população adulta, em que os indivíduos têm entre 18 e 64 anos.

De acordo com as informações do GEM (2018) sobre as taxas do empreendedorismo inicial, em relação aos outros países na categoria renda média, o Brasil está posicionado de modo intermediário, ou seja, está entre os países que possuem uma média renda em relação aos índices da pesquisa sobre o empreendedorismo inicial (TEA). Sendo assim, observando as informações apresentadas pelo GEM (2018), o Brasil se encontra entre a Tailândia e a Turquia, apresentando uma taxa de 17% no quesito de empreendedorismo inicial (TEA).

Em relação às taxas quanto ao empreendedorismo estabelecido (TEE), o GEM (2018), afirma que o Brasil se mantém na mesma posição que o ano anterior (2017), ocupando o terceiro lugar em comparação a todos os países que participam da pesquisa, independentemente de sua renda e em segundo lugar caso se considere os países que se enquadram somente na média renda.

Acerca de informações quanto a potenciais empreendedores, as informações fornecidas pelo GEM (2018) afirmam que a população possui um índice de 26,2% de possíveis empreendedores, considerando apenas a população adulta. Em comparação com o ano anterior, em 2018 o índice de potenciais empreendedores aumentou cerca de 7,5 pontos, apresentando um avanço de mais de 10,5 milhões de indivíduos interessados em empreender.

EMPREENDEDORISMO E MICROEMPREENDEDOR

Segundo informações do SEBRAE (2017), o microempreendedor possui um perfil multiface, ou seja, dispõe de características diversificadas e únicas. Conforme informado na última pesquisa sobre o tema publicada pelo SEBRAE (2017), sobre o total de novos empreendedores registrados, demonstra-se nos resultados obtidos que 34% não dispõem de ensino médio completo e 33% possuem ensino superior, seja este completo, incompleto ou pós-graduação.

Quanto a evolução dos dados relativos a escolaridade dos microempreendedores, o Sebrae (2017), afirma que entre os anos de 2011 e 2017, existe um declínio quanto a escolaridade média ou técnica completa, partindo de 47% para 41%. Em relação aos níveis inferiores de escolaridade, o Sebrae (2017) reitera que houve novamente uma redução, passando de 36% para 35%. Com tudo, em contrapartida, os níveis de microempreendedores com ensino superior incompleto expandiram 7% entre 2011 e 2017, partindo de 17% para 24% (SEBRAE, 2017). Ainda segundo a pesquisa, 50% dos entrevistados possuíam um emprego formal antes de decidirem se tornar microempreendedores, enquanto 23% dos indivíduos trabalhavam informalmente e 13% atuavam informalmente para outras empresas e terceiros. A maioria dos entrevistados afirmou que o principal motivo para se registrar como microempreendedor é relacionado a possuir um negócio próprio de modo formal e assim, conseqüentemente atender a um número maior de empresas, visto que muitas dessas requisitam a emissão de notas fiscais (SEBRAE, 2017).

A representação oficial do Microempreendedor Individual (MEI) surgiu por meio da Lei Complementar nº128, de 19 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2018), que instituiu a formalização de muitos trabalhadores brasileiros que atuavam sem qualquer amparo legal. Assim, em 2009 com a vigência da Lei Complementar nº128, diversos microempreendedores passaram a ter direitos de acessar alguns benefícios, como: aposentadoria, auxílio maternidade e doença e emissão de notas fiscais.

Diversas vantagens podem ser observadas com o surgimento da Lei Complementar nº128, de 19 de dezembro de 2008, como apontam Gondim, Rosa e Pimenta (2017), que explicitam alguns desses benefícios, como a questão da diferenciação quanto aos encargos tributários. Conforme a nova legislação, os micros e pequenos empreendedores não deveriam arcar com tributos do mesmo nível que grandes companhias, possibilitando a formalização de vários autônomos e trabalhadores informais que não viam a formalização como uma possibilidade por conta dos altos custos de impostos e tributos. (GONDIM, ROSA E PIMENTA, 2017).

Conforme informações do Sebrae (2017), as regiões que apresentam maiores quantidades de microempreendedores individuais – MEI, normalmente são locais populosos. O local que se concentra maior quantidade de MEI é a região Sudeste, contando com um total de 51,6% e a região com menor acúmulo é o Norte com 5,4% de cooperação. Em relação à região Sul, o Sebrae (2017) afirma que mesmo não se encontrando em uma das melhores posições, com apenas 15,2% de participação do MEI, a região apresentou um aumento gradual na contribuição total de microempreendedores individuais.

Quanto as atividades desenvolvidas pelos microempreendedores individuais, o Sebrae (2017) afirma que em primeira posição vem o setor de comércio, com 37,4%, na posição seguinte é apresentado o setor de serviços com 37,2% de microempreendedores. O setor industrial ocupa a terceira posição com 15,3% de participação, seguido da atividade de construção civil com 9,5%. Por fim, a categoria com menor atuação de microempreendedores é a agropecuária apresentando um total de 0,6% de participação.

Dentro do total de MEI cadastrados no Brasil, o Sebrae (2017) declara que 52,4% dos microempreendedores são do gênero masculino, enquanto o gênero feminino apresenta um total de 47,6% de concentração. Diante dos fatos, o Sebrae (2017) explicita que a participação de mulheres obteve um aumento suave entre os anos de 2010 e 2014, porém, se deteve em 2016. Ainda que microempreendedores do gênero feminino seja inferior que a participação masculina, não há uma mudança

brusca quantos aos índices, demonstrando a participação ativa de mulheres no ramo do empreendedorismo, com uma diferença 4,8%.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo por objetivo compreender as características e particularidades dos micros e pequenos empreendedores da região Noroeste do estado do Paraná, Brasil, a presente pesquisa investigou vinte e um pequenos estabelecimentos locais, por meio de uma pesquisa qualitativa, que segundo Godoy (1995) descreve, não pretende elencar numericamente nem mensurar os dados estatisticamente. Assim, a pesquisa qualitativa compreende a obtenção de dados descritivos por meio de informações expostas pelos indivíduos, explorando a visão e percepção desses indivíduos (GODOY, 1995). Complementando essa definição, Richardson (1999) afirma que a pesquisa qualitativa auxilia na obtenção de informações fundamentais para a pesquisa, principalmente, como afirma o autor, para compreender a natureza de um evento social.

Godoy (1995) destaca ainda que uma pesquisa qualitativa é empregada em casos de estudos com características descritivas que visam a compreensão de modo total. A autora explicita que em pesquisas qualitativas, os investigadores consideram o processo em si e não apenas os resultados obtidos. A autora afirma que os pesquisadores qualitativos se dispõem a analisar como dado fenômeno se apresenta em ações, posicionamentos e contatos diários.

A obtenção dos dados primários necessários para a realização da pesquisa ocorreu por meio de questionários eletrônicos estruturados do tipo *survey*, com a maioria das questões formuladas abertas, enviados a cada pequeno empreendedor por meio de um aplicativo de mensagens instantâneas e posteriormente organizados em planilha eletrônica. Segundo Richardson (2012), frequentemente os pesquisadores utilizam-se do questionário combinando perguntas abertas e fechadas, sendo as perguntas fechadas para obter informações sociodemográficas do entrevistado, como sexo, escolaridade, entre outras) e as perguntas abertas levam o participante a responder com frases ou orações, sem que o pesquisador tenha interesse em antecipar as respostas, mas desejando maior elaboração do

respondente, buscando aprofundar suas opiniões. O questionário foi então organizado a partir destes preceitos.

De acordo com Gil e Reis Neto (2020), que defendem a utilização do *survey* para pesquisa qualitativa em Administração, o *survey* consiste no delineamento apropriado para descrever características de grupos, organizações e comunidades, contribuindo para descrever fatos, opiniões, crenças, valores, atitudes, etc. Para estes autores, este método de coleta pode ser adequado ao entendimento da pesquisa qualitativa já que a realidade é apresentada segundo a perspectiva de diferentes pessoas que são pesquisadas. Gil e Reis Neto (2020) esclarecem que, no campo da Administração, o *survey* é uma estratégia que contribui para pesquisas acadêmicas e também pesquisas profissionais, principalmente no refinamento de problemas, conhecimento de características do universo da pesquisa, elaboração de entrevistas, estabelecimento de critérios para análises de dados, porém os manuais geralmente não esclarecem sua utilização.

Uma vez que a coleta de dados ocorreu de março de 2020 a fevereiro de 2021, período em que o país vive a pandemia de COVID-19, as entrevistas pessoais foram inviabilizadas. Segundo Schimidt, Palazzi e Piccinini (2020), embora a entrevista presencial seja a estratégia mais tradicional para a coleta de dados qualitativos, nesse momento, em função da medida sanitária de distanciamento social, faz-se necessário ampliar as estratégias de coleta de dados para contemplar adaptações e novos recursos que permitam a continuidade das pesquisas, apesar da pandemia. Assim, para o atendimento dos objetivos desse trabalho, aplicou-se o questionário semiestruturado do tipo *survey* de maneira *online*, por meio da ferramenta denominada *Google Forms*, que possibilitou a obtenção dos dados e informações necessárias.

Salvador *et al.* (2020, p. 7) encontraram que neste período de pandemia o questionário online foi uma das estratégias de coleta de dados mais utilizada pelos pesquisadores, apresentando benefícios como “acesso a grandes amostras, ampla cobertura geográfica, baixo custo, neutralidade da coleta de dados, possível anonimato, tempo para reflexão”. No entanto, uma das desvantagens do

questionário online do tipo survey consiste na alta taxa de não resposta resultante dessa estratégia. Na pesquisa em questão, 74 empreendedores foram convidados a participar da pesquisa sob o critério de acessibilidade e receberam o questionário. Porém, destes 21 responderam.

A técnica de análise empregada foi a técnica de análise de conteúdo, de Bardin (1979), que afirma que esse procedimento é uma agregação de métodos de investigação das técnicas de análise das intercomunicações. O autor Moraes (1999) considera a análise de conteúdo como sendo uma ferramenta única, mas que é evidenciada por uma diversidade de proporções e que proporciona uma adaptação devido sua ampla extensão, independentemente de sua comunicabilidade. Moraes (1999) demonstra que a análise de conteúdo é formada por cinco etapas, sendo essas descritas como sendo a preparação das informações, a transformação do conteúdo em unidades, a classificação das unidades em categorias, a descrição e a interpretação.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Considerando-se a região dos 21 empreendedores respondentes da pesquisa em questão, identifica-se que todos pertencem à região Noroeste do estado do Paraná, a grande maioria (mais de 80%) possuem empreendimentos na cidade de Paranaíba - Paraná, sendo os demais residentes de cidades próximas, em uma distância máxima de até 64 quilômetros de Paranaíba. As cidades são Alto Paraná, Nova Aliança do Ivaí e São João do Caiuá. Estando a reincidência de participação na cidade de São João do Caiuá, depois de Paranaíba. O Quadro 1 apresenta um resumo da caracterização dos 21 respondentes, de acordo com as informações repassadas pelos próprios empreendedores, como município, idade do empreendedor, enquadramento tributário e ramo de atividade de cada uma das empresas. Ressalta-se que todos os respondentes serão referidos como “empreendedores” ao longo da pesquisa, independente do gênero e os nomes serão preservados.

Quadro 1: Descrição dos empreendedores respondentes da pesquisa

	Cidade	Enquadramento Tributário	Ramo de atividade	Idade
1	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Confecções	49
2	Paranavaí	Não formalizada	Serviços gerais	54
3	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Confeitaria	43
4	Nova Aliança do Ivaí	Não formalizada	Confecções	32
5	Paranavaí	Microempresa (ME)	Fabricação de móveis	24
6	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Confecções	39
7	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Vidraçaria.	45
8	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Imóveis	43
9	Paranavaí	Não formalizada	Supermercado	45
10	Paranavaí	Não formalizada	Prestação de serviços	44
11	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Eletricista	28
12	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Móveis e madeiras	29
13	Alto Parana	Microempreendedor Individual (MEI)	Indústria	28
14	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Venda de bicicletas e acessórios	25
15	São João do Caiuá	Microempreendedor Individual (MEI)	Confecções	27
16	Paranavaí	Não sei responder	Fabricação de doces	38
17	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Artesanato	30
18	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Artesanato	30
19	Paranavaí	Microempresa (ME)	Salão de beleza	35
20	São João do Caiuá	Microempreendedor Individual (MEI)	Confecções e perfumaria	18
21	Paranavaí	Microempreendedor Individual (MEI)	Confecções	39

Fonte: Autoras com base nos dados da pesquisa.

No que diz respeito à faixa etária dos empreendedores, as idades apresentaram uma ampla variação, sendo entre 18 e 54 anos. A maioria dos entrevistados, no entanto, encontra-se na segunda faixa etária segregada pelo GEM (2018), de 25 a 34 anos (38,10%). Porém há também um grande número de empreendedores na faixa dos 35 aos 44 anos de idade (33,33%). A partir disso, é possível afirmar que os dados coletados equilibram a variedade das faixas etárias dos empreendedores, possibilitando que se apure considerável variação e ainda permite-se destacar que para ser empreendedor, a idade pode não ser excepcionalmente relevante.

Quanto ao enquadramento tributário, a tributação de Microempreendedor Individual (MEI) se apresenta como o maior regime tributário entre os entrevistados

com 65% de participação. O segundo maior resultado obtido aponta que 20% dos empreendedores que participaram da entrevista ainda não tem seu negócio formalizado e 10% optaram por serem reconhecidos como Microempresa (ME). Conforme visto anteriormente na seção 2.3, os benefícios e garantias que a categoria de Microempreendedor Individual (MEI) garante ao empreendedor, permite a este indivíduo trabalhar sob a proteção da lei, demonstrando assim, ser o mais vantajoso para a categoria analisada.

Acerca do número de funcionários, a maioria das empresas respondentes possui nenhum ou apenas 1 funcionário, 9 empreendedores trabalham sozinhos na empresa, no entanto duas empresas apenas apresentaram números muito acima (6 e 12 funcionários), sendo 12 o maior número obtido.

Quanto ao nível educacional dos entrevistados, a maior parte (com um total de 60%) possui ensino médio completo ou incompleto. Seguido de 20% de grau superior completo ou incompleto. Apenas 10% dos entrevistados possuem apenas o ensino fundamental completo ou incompleto. Com isso, é possível identificar que a maioria possui o ensino médio, seja este completo ou incompleto. No que diz respeito ao ensino superior, menos da metade, 7 empreendedores afirmam ter cursado e por outro lado, mais da metade, 14 empreendedores possuem ensino fundamental ou médio incompletos, confirmando os dados do GEM (2018) que indicam que no Brasil, a escolaridade não influencia na decisão do indivíduo em empreender.

A maioria dos entrevistados alega que não foi necessário obter nenhuma preparação técnica ou participar de treinamentos e cursos. Dentre os empreendedores que afirmam que não foi necessário obter preparação antes de abrir a empresa, sugerem que não o fizeram devido ao seu conhecimento empírico na área em que opera. Apenas três indivíduos admitem que fizeram algum curso específico da área ou participaram de eventos e palestras para complementar seu conhecimento, a maioria afirma que já tinha conhecimento suficiente para abertura do negócio, apesar da ausência de curso superior ou cursos e palestras técnicas voltadas à atividade empreendedora. A fala do Entrevistado 16 ilustra o

posicionamento da maioria dos empreendedores: “Não fiz nenhum curso específico, apenas peguei gosto a partir da experiência obtida mesmo”.

O Sebrae é conhecido pela maioria dos empreendedores entrevistados, porém, a maioria desses afirmaram que mesmo conhecendo a entidade nunca fizeram nenhum curso ou treinamento, nem procuraram qualquer tipo de suporte. Apenas dois empreendedores alegam que já fizeram um ou mais cursos e apenas três entrevistados não conhecem o Sebrae/PR. Já o quesito do apoio municipal, dois empreendedores confirmam que não existe quaisquer políticas ou apoio por parte de sua cidade.

É importante destacar, em consonância, que segundo os dados do GEM (2018) existe uma lacuna no cenário empreendedor brasileiro, no que diz respeito à educação e capacitação. O relatório aponta que 42,5% dos especialistas alocam o fator “educação e capacitação” como um dos principais limitantes da atividade empreendedora no país e as iniciativas do Brasil ainda são consideradas tímidas e isoladas.

No mesmo sentido, no que diz respeito ao planejamento formal do negócio, identifica-se que a maioria iniciou o empreendimento sem nenhum tipo de planejamento. A fala do Entrevistado 10, por exemplo, traduz essa questão: “Não me planejei por isso sofri muito no começo”. Apenas três entrevistados afirmaram que realmente se programaram previamente e elaboraram seu plano de negócios. É importante destacar que, segundo Dornelas (2018), a falta de planejamento dos negócios afeta negativamente o desempenho das empresas e é uma das principais causas do fracasso. Logo, ao empreender sem planejamento, o empreendedor está indo na contra mão dessas indicações.

Em relação à visão de futuro para cada negócio, a maior parte das respostas obtidas demonstra que os empreendedores entrevistados vislumbram a evolução de sua empresa, expandindo sua empresa em tamanho, porém nenhum deles expressou as metas e planejamentos formais para atingir tais objetivos, ou o prazo para que tais metas fossem alcançadas, aparentando que tais expectativas por parte

dos empreendedores sejam informais, não fazendo parte de planos e estratégias amplamente reconhecidas. Três dentre os entrevistados afirmam não ter visão de futuro para a empresa e um dos empreendedores não pretende formalizar o negócio.

Em relação à motivação para iniciar o próprio negócio, por mais que as respostas fornecidas pelos entrevistados se encontrem descritas diferentes umas das outras, existe relação entre elas, pois se referem ao mesmo objetivo: ter o próprio negócio para suprir alguma necessidade. Apenas três dos vinte e um entrevistados afirmaram que empreendem pois gostam da profissão e que tem prazer em trabalharem da forma que estão. A grande maioria dos entrevistados (67%) afirma terem empreendido por necessidade. Nesse sentido, a presente pesquisa com os empreendedores do Noroeste do Paraná confirma os dados sobre empreendedorismo no Brasil reportados pelo GEM (2018), de que embora o brasileiro seja empreendedor, ainda ocorre muito o empreendedorismo por necessidade, o que faz com que o país esteja entre os últimos países no ranking. Ressalta-se que conforme foi evidenciado, o empreendedorismo que mais gera desenvolvimento, crescimento e está relacionado com maior taxa de sobrevivência de empresas é o empreendedorismo por oportunidade, menos praticado no Brasil e também entre os empreendedores entrevistados.

Do mesmo modo, os dados coletaram evidenciaram que a pesquisa de mercado não foi muito utilizada entre os entrevistados, mesmo que essa ferramenta seja relevante para que uma empresa possa compreender o ramo que estará iniciando. Entre os vinte e um empreendedores entrevistados, somente cinco expressaram o entendimento da necessidade de investir em uma pesquisa de mercado antes de iniciar seu negócio, porém um deles considera a pesquisa de mercado o consumo de vídeos na plataforma Youtube, reduzindo ainda mais o número de empreendedores que afirma ter efetivado uma pesquisa de mercado e representando o desconhecimento sobre questões administrativas.

No que se refere à história do negócio dos empreendedores entrevistados, é possível observar que mesmo que as respostas obtidas sejam diversificadas, após uma análise aprofundada foi possível verificar semelhanças entre os

empreendedores. Uma grande semelhança entre os empreendedores que veem seu negócio como uma oportunidade para mudanças, foi a dificuldade na adaptação em outros serviços ou ainda que não se sentiam compatíveis com a função realizada, assim, buscaram abrir o próprio negócio para realizar o que almejavam anteriormente. Outra semelhança entre os entrevistados está na questão da necessidade, todos os empreendedores que veem seu negócio como um segundo recurso para o sustento de sua família buscam no empreendedorismo uma maneira de aumentar sua renda para que possam ter uma vida mais digna e que suas necessidades sejam supridas.

No que diz respeito à participação e apoio familiar, é possível identificar que a grande maioria dos entrevistados obteve apoio total ou ao menos parcial para a iniciação de seus negócios como empreendedores, como aponta o Entrevistado 14: “Bem positivo, hoje tenho familiares que até trabalham comigo, e os amigos sempre na parte de divulgação, isso ajudou bastante para nosso negócio crescer”. No entanto, houve alguns casos contrários, que enfrentaram situações de desaprovação total dos familiares, o Entrevistado 10 expressa a ausência de apoio: “É difícil. As pessoas acham que serviço de verdade é ter carteira assinada e ser empregado, acham que tem mais segurança, foi assim com minha família, mas conforme foram vendo meu progresso começaram a aceitar”.

Analisando a idade em que os empreendedores iniciaram seus negócios, é possível pontuar que o indivíduo que iniciou mais tardiamente seu negócio como empreendedor tinha 47 anos. Diante dos depoimentos é possível analisar situações diferentes, mas que demonstram que houve um sacrifício para que o sonho fosse alcançado. No caso dos recursos necessários para os empreendedores iniciarem seus negócios, é visto que grande parte dos entrevistados teve que buscar algum recurso extra, seja este financeiro ou de conhecimento técnico, para que seu sonho ou necessidade fosse atingida. Alguns tiveram a necessidade de vender seu carro ou até mesmo começar com ferramentas básicas que não atendiam completamente as necessidades do serviço, mas que foram suficientes para que o empreendedor pudesse adquirir novas ferramentas e assim, realizar e entregar todos os pedidos

apropriadamente. A fala do Entrevistado 16 resume a dificuldade: “O recurso mais difícil com certeza foi o financeiro, tive que todo mês guardar um pouco de dinheiro, não foi muito fácil pois foi preciso abrir mão de algumas coisas para conseguir fazer o primeiro investimento que seria a compra das mercadorias”.

Em relação as dificuldades, a maior parte dos entrevistados confirmaram que sua dificuldade mais excessiva está no quesito financeiro, seja este para iniciar o negócio, para o capital de giro e também os juros abusivos de máquinas de cartão. Uma resposta que atraí atenção é que a maior dificuldade de certo empreendedor é a definição de seu público alvo. Esse quesito pode demonstrar como a ausência de um planejamento prévio, uma pesquisa de mercado e um plano de negócio podem provocar falhas que possivelmente seriam evitadas. Já as vantagens relatadas pelos respondentes na atividade empreendedora, podem ser citadas a flexibilização de horários, a complementação da renda e possibilidade de efetuar parcerias. A fala do Entrevistado 9 ilustra: “As vantagens de ser dono do próprio negócio, você tem um salário maior e mais flexibilidade com horários”.

Em relação ao anseio de ser empreendedor, a maior parte dos entrevistados afirmaram que nunca tiveram o desejo ou almejavam ser empreendedores e a justificativa em comum entre as respostas é a necessidade de superar algum obstáculo, principalmente financeiro. Apenas um entrevistado afirma que sempre apresentou anseio em se tornar empreendedor. Quanto as características que um empreendedor de sucesso deve apresentar, a resposta mais comum entre os entrevistados foi determinação, seguido por visão e foco. O planejamento prévio e o atendimento ao cliente vieram logo em seguida.

Sobre concorrentes, a maioria dos entrevistados afirmam que possuem concorrentes e que para se sobressair buscam maneiras de diferenciar seu produto, serviço e atendimento. Além disso, buscam divulgar seu negócio por meio de redes sociais gratuitas e a valorização do relacionamento com seus clientes fiéis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados levantados, analisados e discutidos pela presente pesquisa encontraram empreendedores de todas as faixas etárias, sendo a grande maioria na

faixa de 25 a 34 anos, atuando sobre a tributação de Microempreendedor Individual (MEI) e com nenhum ou apenas 1 funcionário. Quanto ao nível educacional os empreendedores com curso superior são a minoria e grande parte dos entrevistados não realizou nenhum curso ou especialização técnica em nenhuma área antes de abrir a empresa, evidenciando que assim como nos dados do Brasil, na região Noroeste do Paraná, a escolaridade não influencia na decisão de empreender.

A maioria dos empreendedores também não utiliza os Serviços do Sebrae-PR e não conhece ou não utiliza iniciativas municipais voltadas ao empreendedorismo. A maior parte dos empreendedores também não efetivou nenhum planejamento formal antes de iniciar o negócio e não realizou pesquisas de mercado. Também não se concretizam metas, estratégias e planejamentos formais futuras para o negócio, evidenciando a ausência de ferramentas administrativas e empreendedoras formalizadas, no modo em que tais empreendimentos são conduzidos.

O tipo de empreendedorismo encontrado no Noroeste do Paraná também foi o empreendedorismo por necessidade, na maioria das vezes proveniente da necessidade de renda para as despesas familiares do empreendedor, também indo de encontro com os dados do empreendedorismo em âmbito nacional, evidenciados pelo GEM (2018). Grande parte das vezes é motivado pela inadaptação do empreendedor como funcionário em experiências em empresas anteriores e na maioria das vezes apoiado por familiares e amigos. Questões financeiras consistem nas dificuldades mais citadas pelos empreendedores, que podem ser explicadas também pela ausência de planejamento comum a estas empresas.

Logo, a pesquisa evidencia que a maior parte dos dados sobre o empreendedorismo no Brasil se aplicam também à região estudada, além da grande lacuna relacionada à educação, capacitação e planejamento que ainda fazem parte da realidade das pequenas empresas. Evidencia-se, portanto, que como a abertura de empresas e o número de pequenos empreendimentos aumenta, ainda há espaço de crescimento e desenvolvimento para o empreendedorismo dessa região e do Brasil, visto que ferramentas administrativas e empreendedoras poderiam impulsionar e reduzir as falhas desses negócios. No mesmo sentido, iniciativas

públicas são requeridas para fornecer suporte, educação e conhecimento a essas empresas, para que possam melhorar suas taxas de crescimento e sobrevivência.

Como limitações da presente pesquisa evidencia-se a coleta de dados ter sido elaborada para a região do Noroeste do estado do Paraná, sugerindo-se para futuras pesquisas, a ampliação da coleta de dados para o âmbito nacional. No entanto, esta possível limitação não influencia nos dados e características encontrados nos resultados, demonstrando pontos fortes e fracos da atividade empreendedora e microempreendedora. Tais informações podem ser utilizadas para compreender a atividade empreendedora local, mas também pode servir a outras regiões, no intuito de caracterizar características, motivações, dificuldades e facilidades enfrentadas na atividade empreendedora, de modo geral.

Embora o estudo possa servir para que políticas públicas e agendas locais sejam desenvolvidas no Noroeste do estado do Paraná, pode também contribuir para que outras regiões entendam as características e dificuldades que perpassam a atividade, desenvolvam projetos que fomentem e auxiliem empreendedores, possibilitando desenvolvimento econômico local. Finalmente, pode fornecer suporte à potenciais empreendedores, uma vez que descrevendo a realidade empreendedora, possibilita que um planejamento anterior à atividade seja realizado para lidar com possíveis incertezas e potencializar os resultados.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BRASIL. Lei nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. **Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**, Brasil: Casa Civil, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: 13 abr. 2020.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30.ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

DORNELAS, J. **Introdução ao empreendedorismo**: desenvolvendo habilidades para acontecer. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS, J. **Transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2018**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco et al. Curitiba: IBPQ, 2019.

GIL, A. C.; REIS NETO, A. C. D. Survey de Experiência como Pesquisa Qualitativa Básica em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 22, n. 56, p. 125-167, 2020.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades: Uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. **Revista de Administração de Empresas: RAE**, São Paulo, v. 35, ed. 2, p. 57-63, 1995.

GONDIM, M. D.; ROSA, M. P.; PIMENTA, M. M. **Crise versus Empreendedorismo**: Microempreendedor Individual (MEI) como Alternativa para o Desemprego na Região Petrolífera da Bacia de Campos e Regiões Circunvizinhas. **Pensar Contábil: CRCRJ Conselho Regional de Contabilidade do RJ**, Rio de Janeiro, v. 19, ed. 70, p. 34-43, 2017.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

RICCA, J. L. Sebrae: o jovem empreendedor. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 69-75, ago. 2004.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

SALVADOR, P. T. C. O. *et al.* Estratégias de coleta de dados online nas pesquisas qualitativas da área da saúde: scoping review. **Revista Gaúcha de Enfermagem**, Porto Alegre, v. 41, e20190297, 2020.

SCHMIDT, B., PALAZZI, A.; PICCININI, C.A. Entrevistas online: Potencialidades e desafios para coleta de dados no contexto da pandemia de COVID-19. **REFACS**, n. 8, v. 4, p. 960-966, 2020.

SEBRAE. **Inadimplência dos Micro Empreendedores Individuais**. Brasília: Sebrae, 2016.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Brasília: Sebrae, 2017.

SEBRAE. **Análise do CAGED**: dezembro de 2019. Brasília: Sebrae, 2019.

SEBRAE. **Atualização de Estudo sobre Participação de Micro e Pequenas Empresas na Economia Nacional**. FGV PROJETOS: Sebrae, 2020.