

FACULDADE EVANGÉLICA DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

RUBIATABA - GO
2017

MARIA ESTER DE OLIVEIRA MOURA

EMPREENDEDORISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

Monografia apresentada a Faculdade Evangélica de Rubiataba, como requisito parcial à conclusão do curso de Administração.

Orientadora: Prof.^a M.a Maura Sousa da Silva de Paula.

**RUBIATABA - GO
2017**

FOLHA DE APROVAÇÃO

EMPREENDEDORISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

Monografia apresentada a Faculdade Evangélica de Rubiataba, como requisito parcial à conclusão do curso de Administração.

BANCA EXAMINADORA

Membros componentes da Banca Examinadora:

Presidente e Orientadora: Prof. ^a M.a Maura Sousa da Silva de Paula

Membro Titular: Prof. M.e Francinaldo Soares de Paula

Membro Titular: Prof. M.e Marco Antônio Pereira de Abreu

DEDICATÓRIA

Dedico este projeto a Deus, pela força com a qual me tem sustentado, ao meu esposo que nunca mediu esforços para estar me ajudando, à minha querida mãe Clarinda, e ao meu pai Silvestre pela força e incentivo que sempre me deram.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus a produção deste trabalho, por ser essencial em minha vida, autor de meu destino, meu guia, socorro presente na hora da angústia; ao meu pai Silvestre, minha mãe Clarinda e aos meus irmãos.

A todos os professores do curso, que foram tão importantes na minha vida acadêmica e no desenvolvimento desta monografia.

Aos meus amigos que a faculdade me presenteou onde tive o privilégio de conhecer e de admirar, me acrescentando como discente e pessoa.

À coordenadora e orientadora M.a Maura Sousa Silva de Paula pelo empenho, dedicação e que me incentivou para a conclusão deste trabalho, a qual foi de suma importância.

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.”

(Jeffry Timmons)

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise sobre a história do empreendedorismo em geral em consonância com o desenvolvimento do município de Rubiataba-GO. O crescente interesse sobre o tema tem crescido ultimamente, haja vista que o empreendedorismo tem sido uma prática ao desenvolvimento de vários países. Sendo assim, o presente estudo tem como questionamento: O empreendedorismo tem se mostrado relevante ao desenvolvimento da cidade de Rubiataba-GO?. O objetivo deste trabalho é compreender os conceitos de empreendedorismo, na busca da descrição do desenvolvimento do município considerando-o como fator relevante. Os objetivos específicos elencado são: construir uma fundamentação acerca do empreendedorismo e em seguida levantar dados que possibilite verificar a evolução das empresas na cidade de Rubiataba-GO e da geração de emprego e renda para o município. Por meio da metodologia bibliográfica, documental, de natureza dedutiva, descritiva e, qualitativa, pode-se verificar que a cidade de Rubiataba-GO, obteve nesses últimos cinco anos, a criação de quase 2000 empreendimentos entre grandes e médios negócios, paralelamente a essas mudanças a renda *per capita* teve um salto com margem significativa em relação ao nível de crescimento do estado de Goiás, entre outras mudanças socioeconômicas que o empreendedorismo trouxe para o município.

Palavras-Chave: Crescimento; Desenvolvimento; Empreendedorismo.

ABSTRACT

This work presents an analysis about the history of entrepreneurship in general in consonance with the development of the municipality of Rubiataba-GO. The growing interest in the subject has grown lately, given that entrepreneurship has been a practice for the development of several countries. Thus, the present study had as a question: Has entrepreneurship been relevant to the development of the city of Rubiataba-GO?. The objective listed of this work is to understand the concepts of entrepreneurship, trying to describe the development of the municipality considering it as a relevant factor. The specific objectives listed are: to construct a rationale about entrepreneurship and then to gather data that make it possible to verify the evolution of companies in the city of Rubiataba-GO and the generation of employment and income for the municipality. Through the bibliographic methodology, documental, deductive, descriptive and qualitative methodology, to verify that the city of Rubiataba-GO, in the last five years, has created almost 2000 ventures between large and medium-sized businesses, in parallel with these changes the per capita income had a leap with significant margin in relation to the level of growth of the state of Goiás among other socioeconomic changes that the entrepreneurship brought to the municipality.

Keywords: *Growth; Development; Entrepreneurship.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. População de Rubiataba	34
Figura 2. PIB (Produto Interno Bruto) de Rubiataba.....	35
Figura 3. Índice de Desenvolvimento Humano	36
Figura 4. Trabalhadores Autônomos	37
Figura 5. Número de empresas ativas no Brasil	38
Figura 6. Número de empresas ativas no estado de Goiás	38
Figura 7. Número de empresas ativas no Município de Rubiataba.....	39
Figura 8. Panorama do Empreendedorismo em Rubiataba	39
Figura 9. Número de empresas ativas nos últimos 5 anos em Rubiataba-GO.....	40
Figura 10. Jovens Vulneráveis.....	41
Figura 11. Despesas e Receitas do Município	42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas
DNRC	Departamento Nacional do Registro do Comércio
EMPRETEC	Empresas e Tecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBM	<i>International Business Machines</i>
IDH	Índice De Desenvolvimento Humano
PNEE	Pessoas com Necessidades Educacionais Especiais
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
Capítulo 1: Empreendedorismo: contexto e conceitos	14
1.1 Contexto Histórico.....	14
1.2 Empreendedorismo.....	16
1.3 Empreendedor.....	19
Capítulo 2: Desenvolvimento.....	23
2.1 Empreendedorismo e Desenvolvimento.....	23
2.2 Planejamento e Gestão.....	25
Capítulo 3: Metodologia.....	30
3.1 Objeto de Estudo	30
3.2 Método e Tipo de Pesquisa.....	30
3.3 Procedimentos da Pesquisa.....	32
Capítulo 4: Resultados da Pesquisa	34
4.1 Conhecendo o Município de Rubiataba.....	34
4.1.1 A Variação do PIB (Produto Interno Bruto) Per Capita de Rubiataba-GO.....	35
4.1.2 Índice de Desenvolvimento Humano da Cidade de Rubiataba-GO	36
4.1.3 Trabalhadores por Conta Própria acima de 18 Anos.....	37
4.1.4 Empresas Ativas no Brasil.....	38
4.1.5 Empresas Ativas no Estado de Goiás	38
4.1.6 Empresas Ativas no Município de Rubiataba-GO	39
4.1.7 Panorama do Empreendedorismo em Rubiataba-GO.....	39
4.1.8 Número de Empresas Ativas nos Últimos 5 Anos em Rubiataba-GO	40
4.1.9. Nível de Pobreza e Escolaridade das Pessoas de Rubiataba-GO	41
4.1.10 Índice de Despesas e Receitas do Município de Rubiataba-GO	42
4.2 Análise de Conteúdo.....	42
CONCLUSÃO.....	45
REFERÊNCIAS	47

INTRODUÇÃO

Empreender tem sido um tema de muita discussão no qual se torna relevante para o desenvolvimento socioeconômico, uma vez que pode trazer maneiras de reflexão sobre empreender com uma visão mais ampla, sendo gerador de mudanças através das inovações.

De acordo com Degen (1989) ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, colocar ideias próprias em prática, além disso, não só desejar ter sucesso, também tem de estar disposto a ele, mesmo desempenhando todas as atividades na sua empresa, entretanto, muitas pessoas desenvolvem essas ideias, mas ainda se desconhecem como fator importante de mudança em um contexto geral.

O mercado de trabalho carece de pessoas que sabem usar de criatividade, inovação, e gostar do que faz, pois, o trabalho rende quando se faz motivado e o empreendedorismo traz essa característica para mudanças nesse mercado tão competitivo, entretanto, até quem já possuem suas empresas ainda não têm informações para estarem agindo de forma estratégica para conseguirem se firmar nos negócios.

A problemática, questão para o desenvolvimento deste trabalho é: O empreendedorismo tem se mostrado relevante ao desenvolvimento da cidade de Rubiataba-GO?

O objetivo deste trabalho é compreender os conceitos de empreendedorismo, buscando descrever o desenvolvimento do município considerando a existência do empreendedorismo como fator relevante. Os objetivos específicos são: Construir uma fundamentação acerca do empreendedorismo e em seguida levantar dados que possibilite verificar a evolução das empresas na cidade de Rubiataba-GO e da geração de emprego e renda para o município.

As discussões pertinentes ao escopo do presente trabalho se dividem em quatro capítulos onde no primeiro capítulo, são apresentadas as revisões bibliográficas com viés nas abordagens sobre o empreendedorismo coadunadas em contextos históricos quanto a sua pertinência e desenvolvimento temporal, até sua chegada ao Brasil. No capítulo seguinte, conceituam-se o empreendedor e sua importância para o desenvolvimento do município. No terceiro capítulo é conceituada a metodologia utilizada para a coleta de dados. E por fim, o quarto capítulo define a conclusão do trabalho sob a visão de propostas baseadas em seu objetivo.

CAPÍTULO 1: EMPREENDEDORISMO: CONTEXTO E CONCEITOS

No primeiro capítulo serão apresentadas a história do empreendedorismo e seus conceitos, abrangendo o contexto histórico do empreendedorismo na Europa até sua chegada ao Brasil; os conceitos de empreendedorismo, suas características e logo as questões sobre as discrepâncias existentes entre os administradores e empreendedores.

1.1 Contexto Histórico

Na Idade Média, o termo Empreendedorismo era usado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção, o indivíduo não assumia grandes riscos, apenas utilizava os recursos que estavam à sua disposição e que na maioria das vezes eram recursos governamentais, o primeiro exemplo de empreendedorismo se deu quando Marco Polo tentou estabelecer vínculos comerciais com o Oriente. Como empreendedor, assinou contrato com um indivíduo, que se supõe nos dias atuais, representar naquela época, um fornecedor¹ que possuía dinheiro para vender as mercadorias. (DORNELAS, 2005).

O texto remete à percepção de que o contexto histórico do empreendedorismo começa com dificuldades, pois a forma de comercialização se dava parcialmente no modelo de escambo entre produtos, visto que o uso do dinheiro ainda não se consolidara como prática de comercialização entre comerciantes e negociadores da época.

Dornelas (2005) destaca que no século XVII, ocorreram os primeiros indícios de empreendedorismo, pois o empreendedor estabelecia uma espécie de contrato com o governo para prestação de serviços ou fornecimento de produto. O século XVIII traz a diferença entre o capitalista e o empreendedor, onde fica bem definida em função do surgimento da industrialização que ocorria no mundo. Como por exemplo, os experimentos de Thomas Edison que foi viabilizado com o auxílio de investidores que financiaram seus experimentos.

O texto em referência conduz à percepção de que o capitalismo já se apresentava num estado de inserção no cenário negocial da época, pois o processo de industrialização veio trazendo na bagagem uma das características de administração inovadora a partir, por exemplo, dos inventos de Thomas Edison, um dos propulsores do movimento de criação,

¹ Ao entendimento que se poderia deduzir, é que tal indivíduo representasse a figura de um capitalista, ou seja, aquele que conduz seus interesses exclusivamente no fomento de recursos capitais.

onde se destacou outros tantos contribuintes² na modernização de aparatos de uso comum ou mesmo de produção. Junto a esse movimento de criação de produtos, eis que surge, também, a figura do financiador, ou seja, pessoas ou empresas que pagavam para que os experimentos tivessem êxito.

Já, nos séculos XIX e XX houve ainda certos questionamentos em relação à diferença entre gerentes e administradores, (confusão que ocorre até hoje), pois analisaram apenas um ponto de vista econômico. O entendimento do administrador está na abordagem clássica de Henry Fayol onde o trabalho do administrador concentra-se em planejar, organizar, dirigir e controlar (DORNELAS, 2005).

Stewart (1982) acreditava que o trabalho de ambos é muito semelhante quando se caracteriza três aspectos em comum: demandas, restrições e alternativas. Hampton (1991) diz que administradores se diferenciam de acordo com o nível hierárquico em que ocupam na hierarquia organizacional e define que os processos administrativos são alcançados de acordo com o conhecimento que se tem, os quais são funcionais ou gerais.

Segundo Dornelas (2005), ao fazer uma abordagem profunda entre a função do administrador e empreendedor pode-se dizer que existem pontos em comuns, porém a diferença é considerável quando se diz que o empreendedor tem algo mais, características e atitudes que o distingue do administrador tradicional.

Para Dornelas (2005) por volta da década de 90, entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) começaram a tomar iniciativas voltadas para o movimento.

O ambiente econômico e político não estava favorável, e muito menos informações que pudessem dar suporte e auxílio para o pequeno empresário brasileiro. O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário, ele disponibiliza consultorias para resolver os problemas para quem quer iniciar sua empresa. (DORNELAS, 2005).

O empreendedorismo no Brasil era até então desconhecido, os interesses da população da época estavam voltados totalmente para a crise política e econômica e não a esse movimento que estava ganhando força na Europa, o SEBRAE pode ser visto como um dos órgãos mais conhecidos nessa inserção do empreendedorismo.

A entidade Softex nasceu com o intuito de levar as empresas de software do Brasil para o mercado externo por meio de capacitação, informática, gestão e tecnologia.

² Apenas para que não se deixe de reconhecer as relevantes contribuições, também, de Santos Dumont e Graham Bell, dentre outro, apenas como registro.

As universidades que principalmente estudavam ciências da computação/informática começaram a estudar os programas da Softex; então a partir daí foi que o tema empreendedorismo começou a despertar curiosidade na sociedade brasileira. Termos como plano de negócios (*business plan*) era totalmente desconhecido pelos brasileiros (DORNELAS, 2005).

Entre 1999 e 2000 houve um evento pontual que logo se dissipou, mas que foi primordial para a disseminação do empreendedorismo. Trata-se do movimento de criação de empresas “pontocom”, onde várias entidades como o instituto E-cobra, trouxeram apoio aos empreendedores, com cursos, palestras e até prêmios como incentivo para os melhores planos de negócios de empresas *startup* de internet, desenvolvidos pelos jovens empreendedores (DORNELAS, 2005).

Segundo Dornelas (2005) em 2004 houve um grande crescimento de incubadoras de empresas no Brasil, a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC) mostram que havia 1.700 empresas incubadas no ano, gerando um total de 28 mil postos de trabalho.

1.2 Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2005), o empreendedor tem uma capacidade aguçada de enxergar oportunidades e criar um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Tem paixão pelo que faz e iniciativas para desenvolver o seu negócio, utiliza de vários recursos para transformar a sociedade e a economia onde vive.

Mas, para Degen (1989), ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar em coisas novas, colocar ideias próprias em prática, além disso, não só desejar ter sucesso, mas também estar disposto em ele mesmo, desempenhar todas as atividades na sua empresa.

De acordo com Shumpeter (*apud* DORNELAS, 2005, p. 39) pode-se dizer que:

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Para o termo ‘empreendedor’ existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Shumpeter (1949): ‘O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais’.

Os autores afirmam que o empreendedor tem uma visão diferenciada de como enxergar as oportunidades e transformá-las em algo que os motivam a trabalhar, mesmo enfrentando as crises, ou seja, os altos e baixos referentes ao mundo dos negócios, são pessoas que não temem fracasso, não tem medo de cair e se levantar quantas vezes for necessário.

Segundo Hitt, Ireland e Hoskissom, (2001 *apud* CUSTÓDIO, 2011), a essência do empreendedorismo está em identificar as oportunidades e explorá-las, oportunidades que passam despercebidas, o que os outros não veem para empreendedores servem como potencial comercial. O empreendedorismo é um processo que resulta na destruição criativa de produtos já existentes como bens e serviços ou novos métodos para produzi-los.

O empreendedorismo está relacionado à satisfação das pessoas, à necessidade com a disposição de enfrentar crises econômicas, explorando oportunidades e curiosidades com inovação e criatividade, torna-se uma saída das medidas econômicas que geralmente afetam em muito as empresas como a crise atual. (CUSTÓDIO, 2011).

Logo, Baggio e Baggio (2014) apontam que o empreendedorismo está ligado à arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, prazer em realizar qualquer projeto com sinergia e inovação, em desafios permanentes às oportunidades e riscos, e dar a cara à tapa ao sucesso e ao fracasso, assumir um comportamento proativo frente às questões que precisam ser resolvidas.

Verifica-se que o empreendedorismo desperta o indivíduo para o autoconhecimento e a enxergar o aproveitamento total de suas potencialidades racionais e intuitivas, e principalmente oportunidades que ninguém enxerga ou enxergou, e colocá-las em prática como aprendizado permanente, em atitude para novas experiências e novos modelos, o comportamento empreendedor estimula o indivíduo a transformar contextos. Nesse sentido, ele resulta na destruição de velhos conceitos, onde já não encantam nem surpreende mais. Para ele, o mundo é visto com outros olhos, novos conceitos, novas atitudes e propósitos.

Percebe-se que o entusiasmo e bom humor se tornam uma das principais características do indivíduo empreendedor, uma vez que trabalham com a certeza não só de problemas, mas com soluções, são pessoas construtivas. Os fatores que contribuem na motivação de empreender são: pessoais, ambientais e sociológicos. Essa motivação pode ser entendida como um processo responsável pela intensidade de direção e persistência dos esforços pessoais para o alcance de determinados objetivos.

Pode-se dizer que existem quatro fases de processo de empreender, as quais se destacam: identificar e avaliar oportunidades; desenvolver o plano de negócios; determinar e

captar recursos que são necessários para concretização dos seus objetivos; gerenciar a organização criada (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Para Silva (2001), um dos principais fatores para se difundir o espírito empreendedor estão nas escolas, em primazia as universidades. Pois, os programas de ensino ao empreendedorismo começaram a surgir no Brasil com a contribuição das universidades.

De acordo com Chiavenato (2004, p. 3) sobre o espírito empreendedor pode-se afirmar que:

O empreendedor é pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. Mas o espírito empreendedor está também presente em todas as pessoas que – mesmo sem fundarem uma empresa ou iniciarem seus próprios negócios – estão preocupadas e focalizadas em assumir riscos e inovar continuamente.

Chiavenato (2004) afirma que o espírito empreendedor está presente em todas as pessoas e existem características básicas que as distingue, a saber: Necessidade de realização; Disposição para assumir riscos e Autoconfiança.

A necessidade de realização refere-se às diferenças de autorrealização que variam de um indivíduo para outro, as pessoas com alta necessidade de realização amam a competição com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que impuseram a si mesmas. (CHIAVENATO, 2004)

Disposição para assumir riscos - uma das características principais relacionadas ao empreendedor ao abrir seu próprio negócio está em assumir riscos, como: financeiros decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de seus respectivos cargos em empresas quando subordinados a patrões e com carreiras definidas, riscos quando envolvem familiares no negócio, e também os riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar em operações de negócios arriscados (CHIAVENATO, 2004).

Autoconfiança - quando o indivíduo possui autoconfiança ele tem mais domínio sobre os desafios que acontecem ao seu redor. Pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas que não descartam fracasso e problemas inerentes, porém acreditam em suas habilidades pessoais para superar os mesmos (CHIAVENATO, 2004).

Porém o autor Silva (2001), afirma que são as unidades acadêmicas é que estimulam o espírito empreendedor, uma vez que instituições de ensino podem estar propondo interagir os problemas econômicos da sociedade mais diretamente, com a intenção de estimular novos empreendimentos.

O século XX atravessou um grande processo econômico, entretanto um agravamento do problema do emprego, cerca de um bilhão de seres humanos estavam desempregado ou subempregado em todo mundo e sem perspectivas de voltar novamente empregados no século seguinte (PASTORE,1998 *apud* SILVA, 2001).

A universidade se identifica como centro de ideias, criação, transmissão e difusão do saber, da cultura, da ciência e da tecnologia, e nesse aspecto, de acordo com esses fins e objetivos podemos dizer que necessitamos de academias mais adaptativa e empreendedora.

A universidade deve justapor um modelo de negócio adaptativo, ou seja, deve estar em equilíbrio criativo com o ambiente sócio-econômico-político no qual está inserida e se adaptar seu comportamento para estar em consonância com as mudanças ambientais.

Por conseguinte, se a universidade deve atuar em estimular o conhecimento e a busca de solução de problemas do mundo atual, em particular os regionais e nacionais, também deve estar atuando nas questões do desemprego e criações de novas empresas. (SILVA, 2001).

1.3 Empreendedor

Para Santos (2007), segundo estudo publicado pelo jornal americano US TODAY, “*Global Entrepreneurship Monitor*”, O Brasil é considerado um dos países que mais se empreende no mundo, e o motivo principal é o empreendedorismo por necessidade, ou seja, quando as dificuldades de inserção no mercado de trabalho, dificuldades econômicas levam as pessoas a buscarem alternativas de ocupação.

Nos últimos anos, felizmente, tem mudado muito a cultura do empreendedor. O mesmo está tendo de aprender a buscar por conhecimento, uma vez que as instituições de financiamento exigem o Plano de Negócios como base para análise e concessão de crédito. O que se percebe é que o plano de negócio está se tornando cada vez mais a principal ferramenta para uma gestão com mais eficiência visando sempre o sucesso do seu empreendimento, ou melhor, podemos considerar o Plano de Negócios como um cartão de visitas da empresa, apresentando de forma resumida todas as informações primordiais e necessárias (SANTOS, 2007).

Para Santos (2007), a dificuldade de estar buscando trabalho é a motivação dos empreendedores iniciais que os levam a abrir um negócio próprio, a saber, as verdades que os impulsionam a terem esses comportamentos são a necessidade e não a oportunidade, mais

precisamente 55,4 % dos empreendedores existentes confirma que a maior taxa de atividade é motivada pela necessidade.

Dornelas (2007), em outra visão aborda o empreendedor por necessidade, que é mais claro quando diz que o empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido, e tem outra opção a não ser trabalhar por conta própria.

Em algumas dessas alternativas de se sobreviver sem o trabalho formal e envolver negócios informais, que carece de tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro, porém trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a subsistência dos seus familiares (DORNELAS, 2007).

Pode-se dizer que empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não dispõe de recursos, como a educação e o conhecimento adequado para estarem empreendendo de forma estruturada, suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, não contribuem com impostos ao passo que acabam agindo na informalidade trazendo desequilíbrio ao desenvolvimento do país.

Para Santos (2007), a pesquisa do (DNRC) estima a existência de 14,4 de empreendedores no Brasil, a maioria (27%) está na faixa etária dos 25 aos 34 anos e que esses indivíduos são vítimas por sofrerem com o não apoio da legislação, o país tem grande número de empreendedores, mesmo diante de uma legislação confusa para negócios de pequeno porte.

De acordo com os próprios empreendedores, as circunstâncias vão desde a situação econômica do país, ultrapassando as dificuldades de se obter créditos juntos aos bancos, e por fim, à forte concorrência. Entretanto, o empreendedorismo está atravessando um crescimento inesperado em todas as suas dimensões, e sua importância pode ser vista em todo panorama mundial (SANTOS, 2007).

Pode-se dizer que as dificuldades econômicas e liberação de crédito dos bancos para o financiamento das ideias de negócio, não é um fator que paralisa as pessoas que tem o desejo de empreender, pois fazem com motivação e garra aquilo que se propõe, tanto é que não pararam de crescer mesmo com as contingências da burocracia.

Timmons (1990 *apud* SANTOS 2007), foi categórico em dizer que a revolução silenciosa do Movimento Empreendedorismo, será para o século 21 mais do que a Revolução Industrial foi para o século 20, é um movimento que gerará total mudança das organizações.

Para Dornelas (2007), é muito mais fascinante não só ler e ouvir histórias empreendedoras, mas ser um protagonista delas. Porém, enfatiza que a jornada empreendedora é cheia de imprevistos, e que é comum alguns empreendedores terem domínio

da situação, porém em muitos casos, trata-se apenas de aparência, o empreendedor acaba por se tornar uma pessoa solitária, com várias responsabilidades e que aumenta quando a empresa se expande.

O autor aponta para quem quer trilhar por esse caminho não esquecer o lado ruim, porque apesar da autonomia e da sensação de ser sempre o dono das decisões e de fazer os próprios horários, o empreendedor, em muitos casos, pode acabar sendo escravo do trabalho. Balancear a vida pessoal e familiar com a atividade é um grande desafio contemporâneo para quem já está no ramo (DORNELAS, 2007).

É importante fazer uma análise dos prós e os contras, compartilhar não somente os objetivos, mas também os anseios, temores, com pessoas de confiança e que pretende construir um futuro diferente; a família geralmente é a base principalmente nos momentos de maiores dificuldades, além disso, eleger um conselheiro pessoal, alguém mais experiente, que já tenha passado por dificuldades e desafios que concorde em escutá-lo quando necessitar, principalmente na hora da dificuldade na gestão do negócio.

Para Dornelas (2007), o importante de empreender é a sensação de poder contribuir de alguma maneira para a evolução das pessoas, onde elas moram, de fazer parte de uma história como um protagonista, fazendo acontecer com sua capacidade criadora de ideias que podem favorecer não só a ele, mas também todos ao seu redor.

Rodrigues (2008) salienta que em função dos padrões do crescimento econômico global que mudaram significativamente nas últimas décadas, reformulados por forças poderosas como a globalização, novas tecnologias, mercado competitivo, consumidores exigentes, influências políticas e econômicas, viu-se a necessidade de criar estratégias competitivas estruturadas e apresentar novas propostas de valor.

Desse modo, Rodrigues (2008 p. 124) afirma que:

A relevância do talento, de criatividade, da inovação, da aprendizagem e do trabalho em equipe na criação e manutenção dessas vantagens tornou-se algo inquestionável. Os recursos de tipo “intangível”, por oposição aos tradicionais “terra trabalho e capital financeiro”, emergiram como fatores críticos de êxito para as empresas, sugerindo uma alteração significativa na percepção das bases do poder competitivo.

Ficam evidentes ao longo dos anos, principalmente após a Revolução Industrial, fatores de crescimento e competitividade das organizações em cima do talento humano ao invés de estar voltada só para as tarefas. Esta realidade exige uma nova mentalidade empresarial, um novo paradigma que responda de forma adequada aos desafios dos nossos dias.

No sistema clássico a gestão era totalmente tomada por hierarquias, era planejada, muitos maquinários e estável, o saber útil centrava-se na alta direção, enquanto que hoje é aceito que, o conhecimento está disseminado por todos os empregados, ou seja, toda a empresa. A gestão atual deve estimular o desenvolvimento de redes que potenciem a partilha de conhecimentos, como caminho necessário para a criação e utilização de novo conhecimento (RODRIGUES, 2008).

Para Rodrigues (2008) ainda prevalece, sobretudo em empresas pequenas, a ideia de que todo este movimento não passa de uma simples “moda” e que não tem nada a ver com suas respectivas empresas; com frequência se ouvem expressões como “o nosso setor é diferente” ou “somos uma empresa muito pequena para pensar nessas coisas”.

Ao observar o fenômeno da globalização vê-se que as empresas são de alguma maneira influenciada por ele, o grande desafio dos gestores hoje é ser capaz de gerir a mudança no sentido de adaptá-la às exigências dinâmicas do ambiente que a odeia, aproveitar as oportunidades e fazer frente às ameaças que se apresentam nesta nova ordem econômica e social (RODRIGUES, 2008).

Mudar de forma sustentável e saber para onde se caminha, de que forma; e poder modificar competências, estruturas, procedimentos e tecnologias em função de uma estratégia, a promover a mudança motivando as pessoas para as mudanças subsequentes, cabem aos gestores perscrutar oportunidades de mudança em face de visão do negócio e a estratégia, e conseguir programá-la eficazmente.

Segundo Dornelas (2007), não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo-padrão que possa identificá-lo, porém existem pesquisas existentes sobre encontrar um estereótipo universal. Por isso, a dificuldade de rotulá-los, entretanto esse fato mostra que tornar-se empreendedor pode acontecer com qualquer um, todos podem ser empreendedores.

A seguir são apresentados e definidos vários tipos de empreendedores, na pesquisa que deu origem ao trabalho, onde a amostra foi grande o suficiente (399) para cobrir os quase todos abaixo apresentados:

CAPÍTULO 2: DESENVOLVIMENTO

O segundo capítulo é pautado sobre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, social e sobre a importância da criação do plano de negócio para que o empreendedor possa planejar o seu negócio de forma competitiva e eficiente.

2.1 Empreendedorismo e Desenvolvimento

Estatisticamente todas as empresas se deparam muitas vezes com problemas decorrentes do início e crescimento sem planejamento, geralmente os primeiros cinco anos; e é a média das mesmas se firmarem no mercado. Diante dessa dificuldade, torna-se obrigatório o empreendedor a planejar, adquirir essa postura, uma vez que o ambiente externo cobra isso dele (MIGLIOLI *et al.* 2006).

Um dos passos mais importantes antes de abrir um negócio é buscar informações, conhecimento. Essas fontes de informações precisam ser variadas e principalmente muito confiáveis como, por exemplo, cursos, palestras, publicações e todo material disponível em órgãos de incentivo ao empreendedorismo e/ou incubadoras de novas empresas.

Faz-se necessário a elaboração do plano de negócio para o sucesso do empreendimento. Abrir uma empresa sem o plano de negócio é o mesmo que construir uma casa sem sequer ter a planta (MIGLIOLI *et al.* 2006).

Inúmeros casos de fracassos em empreendimentos devem-se ao fato de não começarem devagar, planejando o negócio, que impossibilitam uma visão mais expandida e antecipada das empresas, de todas as despesas inerentes.

Enfim, a falta de planejamento e análise prévia do negócio fez com que o imprevisto e a instabilidade fossem variáveis sempre presentes. Pode-se afirmar que a empresa tenha sobrevivido durante esse período devido ao espírito empreendedor de seus sócios, as quais possuem as características como, comprometimento, habilidade de aprender e posição ética (MIGLIOLI *et al.* 2006).

A inovação é concebida como a criação ou renovação de algo já existente, o indivíduo sempre parte de estudos, observações, na busca de soluções, que sejam práticas e simples, onde possam ser logo aceitas pelos consumidores.

Empreendedorismo também demonstra que não é exclusividade de pequenos investidores a simplesmente abrir um negócio, mas que algumas grandes empresas também

podem ser empreendedoras, uma vez que apresentem inovações, no chamado ‘empreendedorismo corporativo’.

A iniciação à gestão de inovação pode ser compreendida como uma prática para fundamental alcance nos processos inovadores dentro do empreendimento onde possa esclarecer pontos indispensáveis ao empreendedor seja individual, familiar ou mesmo grande empresa.

Tanto empreender como inovar está intrinsecamente envolvido com riscos sobre a ideia, para tanto, inovação fundamenta-se na capacidade que a invenção tenha de gerar receita, pois, na maioria das vezes, a receita não ultrapassa os custos de criação ou implantação do invento. Entende-se que uma pequena empresa não pode ser considerada atividade empreendedora quando não se tem atividade inovadora. (BISPO *et al*, 2006).

Gomes (2012) diz que é de grande relevância as discussões sobre empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, ao fato de os empregos tradicionais estarem cada vez mais escassos e os indivíduos têm sentido a necessidade de encontrar e desenvolver novos produtos, novas invenções para permanecerem no mercado.

A contextualização do enfoque teórico-conceitual para Shumpeter (1982 *apud* GOMES, 2012) reforça a ideia de que em termos de estrutura empresarial de economia brasileira o fomento do progresso das empresas pequenas e sua importância no cenário econômico-social, sendo que esse desenvolvimento requer geração de emprego e renda para sociedade. Em países que estão em desenvolvimento, o empreendedorismo é um grande portal para a geração de postos de trabalho.

De acordo com Shumpeter (1982, p. 64 *apud* GOMES, 2012):

O empresário inovador é um componente fundamental do processo de desenvolvimento econômico, de acordo com a visão shumpeteriana. Juntamente com o crédito bancário e as inovações tecnológicas, o empreendedor é um importante agente de criação de novos negócios e, conseqüentemente, de desenvolvimento econômico. A iniciativa individual do empresário pode ser estimulada pelo apoio oficial, contudo o empresário de sucesso geralmente é um homem de iniciativa, um individualista e autossuficiente, mas que busca sustentação em todas as frentes. “O empresário, nessas condições, apresenta-se também como um novo rico, um egocêntrico e racional, cujo fim é lucro e não consumo”.

Gomes (2012) apresenta o papel do empresário inovador como de destruição criadora, uma vez que se fundamenta no princípio da quebra de paradigmas nas economias de mercado, criando assim novos patamares econômicos e tecnológicos nas suas estruturas produtivas.

Essa visão ainda se amplia quando o ator enfatiza que o crescimento econômico está sobre essas três bases, a saber: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. O empresário inovador é o agente que cria, realiza com eficiência novas combinações, mobiliza o crédito bancário e empreende um novo negócio (GOMES, 2012).

A visão de Wallich (1969, *apud* SOUZA, 1999) já contradiz Shumpeter quando ressalta que o empresário não representa a força propulsora para a economia, para ele a inovação nem sempre está presente e o enriquecimento privado nem sempre está ligado com o objetivo principal. (GOMES, 2012).

Laumas (1962, *apud* SOUZA, 1999), salienta que o estado pode concorrer com o setor privado por produtos e fatores escassos, impedindo as inovações tecnológicas. A partir do olhar de Laumas, pode-se afirmar que no Brasil a maior dificuldade e limitante ao desenvolvimento econômico é o chamado “custo Brasil”, pois trava os investimentos.

É de suma importância destacar a relação de Shumpeter ao descrever a inovação e o empreendedorismo caminhando em conjunto, pois acreditavam que o empreendedor funciona como um motor para o desenvolvimento do sistema econômico, como detectores de oportunidades de negócios e criadores de ideias e empreendimentos.

Segundo Gomes (2012), as MPE'S, ou seja, micro e pequenas empresas têm muito a ver com as características e a essência do seu fundador, uma vez que são poucas pessoas que se desafiam a se lançarem diante de um desafio tanto pessoal como profissional. Há, portanto um forte componente de individualidade.

Deve-se ressaltar que nos casos de criação de pequenas empresas, nem sempre elas estão inovando, mas podem trazer uma descoberta de um novo serviço ou produto, novas ferramentas capazes de auxiliar e trazer eficácia no processo produtivo, novos mecanismos de comercialização, e um marketing mais próximo do produtor com seus clientes.

Não é tão fácil identificar as características de novos negócios de MPE's, porém pode-se identificar a tentativa de repetir algo já existente, conhecido em um ambiente empresarial novo, com a intenção de inserir e explorar novos caminhos, oportunidades, justamente pela ausência de um produto ou serviço de outras formas (GOMES, 2012).

2.2 Planejamento e Gestão

O empreendedor necessita planejar o seu negócio para ser bem sucedido, no sentido de não saltar no escuro, tomar decisões sem antes entender o que está acontecendo.

De acordo com Chiavenato (2005, p.127) plano de negócio pode ser:

Plano de negócios- business plan - é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos riscos, bem como para facilitar sua implantação.

Planejar significa colocar em prática o que já estudou, planejou antecipadamente, uma ação que será colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que o empreendimento seja dirigido em certas hipóteses com respeito à realidade atual e também futura (CHIAVENATO, 2005).

Todos os planos têm um objetivo comum, a previsão, a programação e coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem acertados, têm uma grande probabilidade de alcance do objetivo que se pretende. O plano tem um curso predeterminado de ação quanto ao um período especificado de tempo e proporciona muita vantagem no quesito tomada de decisões sobre o que fazer, antes da ação ser necessária.

A criação de um plano depende do seu objetivo, como por exemplo, se a intenção do indivíduo para o negócio é de razão financeira (obtenção de recursos); ou pode ser operacional e, sobretudo do novo tipo de negócio. Porém, sua elaboração deve estar pautada na personalidade, isto é, na capacidade de utilizar seu conhecimento e experiência para a realização do plano (DEGEN, 1989).

Nota-se que os objetivos podem ser variados de acordo com a necessidade da empresa, ou seja, nem todas as razões de se fazer um plano de negócio são iguais, ora financeiras ora operacionais, entre outras.

Segundo Degen (1989), carece fazer uma lista dos tópicos mais importantes que serão descritos e sua organização num índice. O processo de como será preenchido cada tópico, é uma técnica muito comum, onde vários autores a utilizam, mas a difusão de plano de negócio é tão necessária que já existem programas de computadores que realizam esse fim como: FRAMEWORK, para computadores de 16 bits, compatíveis com os PCs da IBM.

A tecnologia pode estar sendo o braço direito para empreendedores e empresários que carecem de ter um plano de negócio, uma vez que esses computadores estão fazendo todo o processo de compilar as informações da mesma forma da técnica comum de analisar os tópicos mais importantes, conforme anexo 1.

De acordo com Chiavenato (2012, p. 156):

Sumário executivo: Visão geral e abrangente do negócio; Análise completa e detalhada do setor; Natureza jurídica e estruturada organizacional da empresa; Simulação de relatórios financeiros; Plano estratégico; Definição da missão e da visão da empresa; Definição do negócio; Estabelecimento dos objetivos específicos da empresa; Definição da estratégia da empresa; Declaração de premissas do planejamento; Estabelecimento dos objetivos estratégicos de longo prazo. Plano operacional; Previsão de vendas; Planejamento da produção; Orçamento de despesas gerais; Previsão do lucro operacional; Previsão do fluxo de caixa e balancete; Balanço patrimonial simulado; Previsão de índices operacionais e financeiros. Apêndices; Contratos pertinentes; Informações técnicas.

Entende-se então que o plano de negócios deve ser visualizado do ponto de vista amplo e completo, onde possa ser entendido facilmente, para que isso aconteça tem de conter elementos importantes para caracterizá-lo de forma clara e concisa.

Degen (1989) fala que bons planos não garantem o sucesso, ele depende muito da necessidade de realização de cada empreendedor e do potencial de crescimento e lucro da oportunidade. O plano serve como um suporte que incita o empreendedor a pensar e analisar todas as facetas do novo negócio.

Segundo Rayol e Moreira (2007), nos dias atuais muito se tem falado a respeito do plano de negócio, essa popularização não se deve apenas ao contexto empresarial, mas também em função do crescimento das incubadoras de empresas à concessão de capital de risco, onde todo plano de negócio tem.

Entretanto, ainda muitas empresas não enxergam a necessidade do plano de negócio para minimizar esses riscos, por isso acabam fechando as portas. Segundo dados do SEBRAE, cerca de 30% fecham as portas logo no primeiro ano de funcionamento, chegando ao dobro desse valor até o quinto ano.

A maior preocupação é descobrir por que esse empreendimento não alcança crescimento, procurando ferramentas para reverter o quadro e definindo novas estratégias, o mesmo não é garantia de sucesso, mas serve em essência para a diminuição dos erros aperfeiçoando as potencialidades e oportunidades.

Assim, toda empresa necessita de um planejamento do seu negócio para poder gerenciá-lo e identificar os objetivos, organizar os recursos necessários, forma de implantação e forma de controle, é pensar antes, durante e depois de agir. (RAYOL; MOREIRA, 2007).

Para Rayol e Moreira (2007) planejamento é um instrumento imprescindível para a obtenção de sucesso em um determinado empreendimento, pois possibilitam o levantamento, procedimentos necessários para o cumprimento de tarefas, onde se aliam os custos e oportunidades.

De acordo com Degen (1989), plano de negócio pode ser:

O plano de negócio representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio. A experiência humana demonstra que, com exceção de alguns gênios e grandes mestres de xadrez, os demais seres humanos têm limitações para analisar situações multifacetadas e, por isso, acabam privilegiando algumas dessas facetas em detrimento de outras. É justamente essa visão parcial do novo negócio, responsável por tantos fracassos, que a elaboração do plano de negócios, se bem-feita, deve evitar.

Com a elaboração do plano de negócio evitam-se muitas intempéries trazendo vários benefícios entre eles, a ordenação correta das ideias e assim permite uma visão de conjunto, evitando parcialidades que pode induzir a erros; um planejamento da avaliação do potencial de lucro e crescimento do novo negócio, bem como de suas necessidades operacionais e financeiras.

Permite que se examinem as consequências de diferentes estratégias competitivas de marketing, de vendas, de produção e de finanças; que sejam realizadas com base em simulações devidamente registradas, e com isso a redução de despesas, riscos, erros e acertos; condições favoráveis entre fornecedores e clientes; perspectivas corretas do novo negócio aos empregados e orientação aos mesmos na execução das suas tarefas, de acordo com a estratégia competitiva definida para o novo negócio (DEGEN, 1989).

Preparar um plano de negócio é também uma excelente oportunidade para testar a motivação, o empenho e conhecer melhor os possíveis sócios, através desse processo, o futuro empreendedor poderá descobrir que no decorrer desse processo muitos sócios empolgados poderão perder o interesse, entusiasmo, pois não estão totalmente completos como apregoados.

Essa preparação não é uma tarefa fácil, pois exige muito trabalho, perseverança, imaginação para superar dificuldades que muitas vezes não tem mais recursos, ou seja, insuperáveis. Tem de saber lidar com frustrações quando parece ser excelente mais na verdade se mostra inviável (DEGEN, 1989).

Muitas pessoas engajam em negócios pelas seguintes razões: um forte desejo de ser seu próprio patrão; funcionário está cansado de estar sob as ordens o tempo todo, se sente pressionado com o clima dentro das organizações, empreender está sendo uma forma de ele se realizar, a criar, a fazer seu próprio tempo, de ter independência.

Trabalhar motivado naquilo que gosta traz mais conforto nas tomadas de decisões, pois não se preocupa tanto com riscos, caso se estivesse trabalhando em empresas, onde para tudo necessita de aprovações das hierarquias das empresas e não influenciados pela segurança

de um salário mensal e férias a cada ano, ou seja, sentimento de ter iniciativa sem a permissão do patrão.

Todo indivíduo sente também carência na vida profissional, de ser reconhecido, de poder trazer algo novo, criar suas ideias e ser ouvido, ter um reconhecimento de prestígio.

Outro fator para que as pessoas empreendam está no desejo de uma melhor remuneração, acumular riqueza e ganhar mais do que quando na situação de empregado, olhar além dos outros, descobrirem uma oportunidade que os outros ignoram; desafio de estar aplicando seus recursos próprios e habilidades pessoais em ambiente diferente (CHIAVENATO, 2004).

Para Teixeira (2012), o empreendedorismo é uma aprendizagem realizada ao longo da vida e a melhor forma de aprender é combinar experiências de vida com atividades educativas formais, entretanto em que medida um aluno educado para o empreendedorismo, se tornará um empreendedor? Isso nem sempre acontece uma vez que, o que a educação para o empreendedorismo oferece são instrumentos necessários para alguém tornar-se empreendedor.

A amplitude e conceito de empreendedorismo têm vindo alcançar, e considerar que aquele que se beneficia da educação do empreendedorismo também adquire e desenvolve capacidades empreendedoras. Esta aprendizagem pode ser medida em diferentes “graus”.

Para levar esse conhecimento a todos através da educação a escola necessita promover uma educação para o empreendedorismo adequada, eficaz, que se consolide em bons resultados. É necessário que a própria escola altere a sua forma de atuação, professores que sejam capacitados para trabalhar os conceitos (TEIXEIRA, 2012).

CAPÍTULO 3: METODOLOGIA

O texto em referência nos faz entender a importância da metodologia como fator essencial para o senso de criticidade dos fatos, de dar potencial e veracidade ao trabalho, que a metodologia tem como função estar dando forma a questões levantadas em pesquisas, dando um rumo de estudo para concluir as questões com os dados coletados, sempre estar em consonância tanto a realidade quanto a prática, a metodologia expõe os métodos utilizados para a elaboração de qualquer trabalho científico.

3.1 Objeto de Estudo

A metodologia a ser aplicada será de levantamento bibliográfico documental, de natureza qualitativo-descritiva com o objetivo de levantar estatisticamente dados relevantes sobre desenvolvimento econômico e de crescimento no município de Rubiataba, paralelas ao conceito do empreendedorismo como peça chave para o desenvolvimento e crescimento de determinada cidade, região e país, como a criação de empresas, geração de postos de emprego, sobre a taxa de alfabetização, da renda per Capita dos residentes, de empregadores e também de desempregados.

A pesquisa será feita através de fontes de dados, que são fontes disponibilizadas pelo governo como Instituto Brasileiro de Geografia e estatística (IBGE), Datapédia que é um site que disponibiliza informações sobre a situação socioeconômica de todos os municípios do Brasil, o Empresômetro que é um site de pesquisa onde fornece informações sobre empresas ativas e inativas de todo o Brasil.

3.2 Método e Tipo de Pesquisa

Segundo Demo (1987) a metodologia é uma inquietação instrumental, está relacionada à forma de se fazer ciência, cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos. O intuito dessa ciência é tratar a realidade teórica e prática. Torna-se erro superestimar a metodologia, no sentido de se preocupar mais em cuidar dela do que fazer ciência, ou seja, somente o método profissional faz dela sua razão de ser.

De acordo com Pedro Demo (1987, p. 21)

A metodologia pode ser vista basicamente em duas vertentes mais típicas. A mais usual é aquela derivada da teoria do conhecimento e centra-se no esforço de transmitir uma iniciação aos procedimentos lógicos do saber, geralmente voltada para a questão da causalidade, dos princípios formais da identidade, da dedução e da indução, da objetividade etc.

O método dedutivo tem o propósito de explicar o conteúdo das premissas, analisando sobre outro enfoque, pode-se dizer que argumentos dedutivos ou estão corretos ou incorretos, exemplo: os argumentos matemáticos, na geometria euclidiana do plano e os teoremas. (MARCONI E LAKATOS, 2010).

Logo Marconi e Lakatos (2010) exemplificam duas características do método dedutivo com o exemplo de que para que a conclusão “todos os cães têm um coração” fosse uma afirmação não verdadeira, uma ou duas premissas teriam de também ser falsas ou: nem todos os cães são mamíferos ou nem todos os mamíferos tem coração. A outra característica é que quando a conclusão do argumento tem uma afirmação onde todos os cães têm um coração, está concordando com algo que já tinham sido ditas nas premissas, assim, se a conclusão, com exatidão, não diz mais que as premissas, ela tem de ser verdadeira se as premissas o forem.

Os autores afirmam que o método dedutivo sempre começa com premissas, ou seja, com informações verdadeiras, logo as informações da conclusão devem ser verdadeiras a essas premissas.

Segundo Gil (2002) esse tipo de pesquisa tem como objetivo a descrição de determinado fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, às pesquisas descritivas têm por objetivo estudar as características de um determinado grupo exemplo: distribuição por idade, sexo, escolaridade etc.

De acordo com Gil (2002, p. 42) pode-se dizer que:

As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos etc. Geralmente assumem a forma de levantamento.

O texto acima deixa em evidência diz que a pesquisa descritiva tem sua importância, uma vez que é o tipo de pesquisa mais requisitado nas empresas, escolas e partidos políticos com a finalidade de demonstrar a relações entre elas, crescimento, rendimento nas pesquisas, preferências partidárias, atitudes, e crenças.

Segundo Teixeira (2007) esse tipo de abordagem tem como função reduzir as distâncias entre a teoria e os dados, entre o contexto e ação, utilizando a lógica da análise da compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação, experiências pessoais do pesquisador são dados relevantes para compreensão e análise dos fenômenos estudados.

A pesquisa qualitativa tem as seguintes características abaixo:

O pesquisador observa os fatos sob o olhar de alguém-interno à organização; a pesquisa busca ter uma conexão, ter uma compreensão semelhante entre contexto e situação; enfatiza o processo do conhecimento, ou seja, a sequência dos fatos no decorrer do tempo; o enfoque da pesquisa é mais desestruturado, não tendo hipóteses fortes no começo da pesquisa. Isso permite a pesquisa ser mais flexível; emprega mais de uma fonte de dados. (TEIREIRA, 2007, p. 25).

Entende-se que esse modelo de pesquisa pode estar voltado para compreensão da situação, do contexto, entre a teoria e os dados, usando as ferramentas da lógica, da análise para posterior entendimento das hipóteses criadas no começo, preza pelo conhecimento e se torna mais flexível em relação ao seu método de coleta de dados.

3.3 Procedimentos da Pesquisa

A pesquisa será feita através de fontes de dados como IBGE, Empresômetro e Datapédia com o intuito de estar analisando estatisticamente dados relevantes sobre desenvolvimento econômico e de crescimento no município de Rubiataba.

Para Gil (2002), fontes bibliográficas servem de ferramentas pra se levantar referências com informações de diferentes fontes como: dicionários, enciclopédias, anuários e almanaques, publicações periódicas (jornais, revistas), ou seja, uma base para se construir conhecimentos a partir do que autores já escreveram.

Segundo Gil (2002, p. 44) pode se dizer que pesquisa bibliográfica é:

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

Esse modelo de pesquisa pode comprometer muito a qualidade da pesquisa, quando não pesquisadas corretamente as fontes, as origens, os dados coletados de forma equivocada, quando se levanta trabalhos em cima dessas fontes não confiáveis, amplia-se

ainda mais esses erros comprometendo logo, a credibilidade das informações e qualidade da pesquisa.

Marconi e Lakatos (2010) apresentam oito fases distintas da pesquisa bibliográfica, a saber: escolha do tema; elaboração do plano de trabalho; identificação; compilação; fichamento; análise; interpretação; e redação. A interpretação exige a comprovação ou refutação das hipóteses, onde ocorrem com base nos dados coletados.

O levantamento bibliográfico pode ser de acordo com (Gil 2002, p. 45):

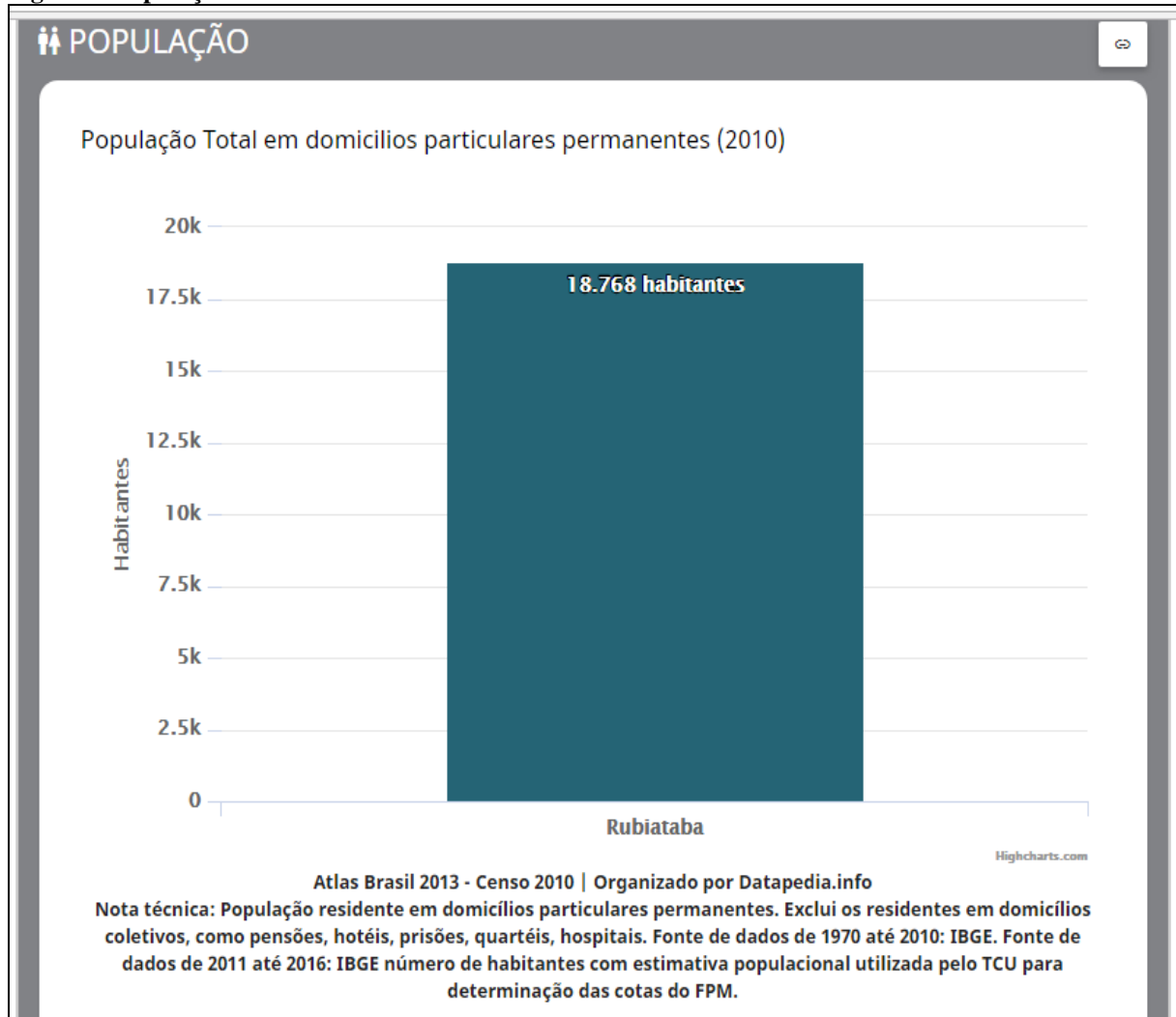
A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de matérias que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaboradas de acordo com objetos da pesquisa.

O desenvolvimento da pesquisa documental se diferencia da bibliográfica, uma vez que ela tem certo tratamento nos dados; possui inúmeras vantagens, pois é constituída de fontes confiáveis e ricas de dados já trabalhados as informações para quem tenha acesso e elas ganhem tempo, ou seja, sem precisar mensurar, no caso é a interpretação.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 Conhecendo o Município de Rubiataba

Figura 1. População de Rubiataba

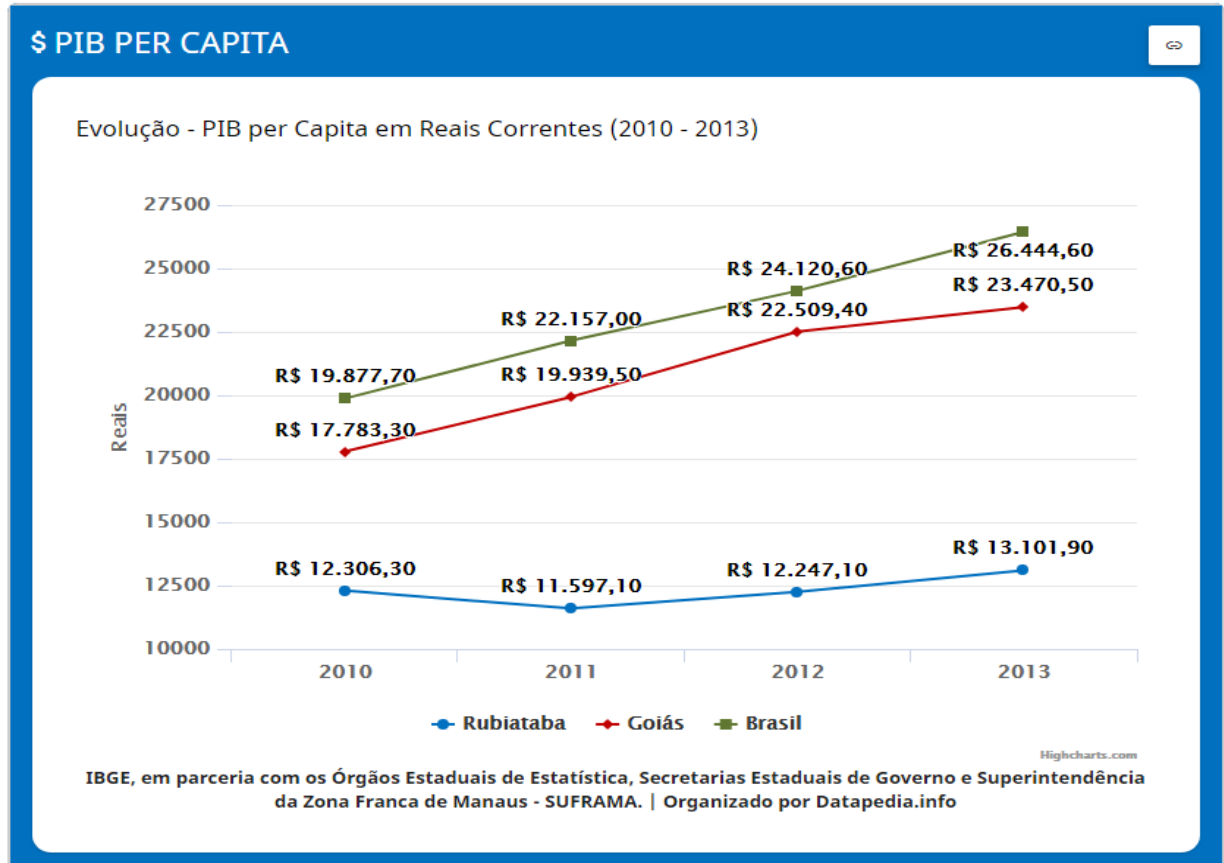


Fonte: Datapedia, acesso em 2017.

A figura 1 demonstra que o município de Rubiataba conta com população residente em domicílios particulares e permanentes de 18.768 habitantes.

4.1.1 A variação do PIB (Produto Interno Bruto) *per capita* de Rubiataba-GO

Figura 2. PIB (Produto Interno Bruto) de Rubiataba

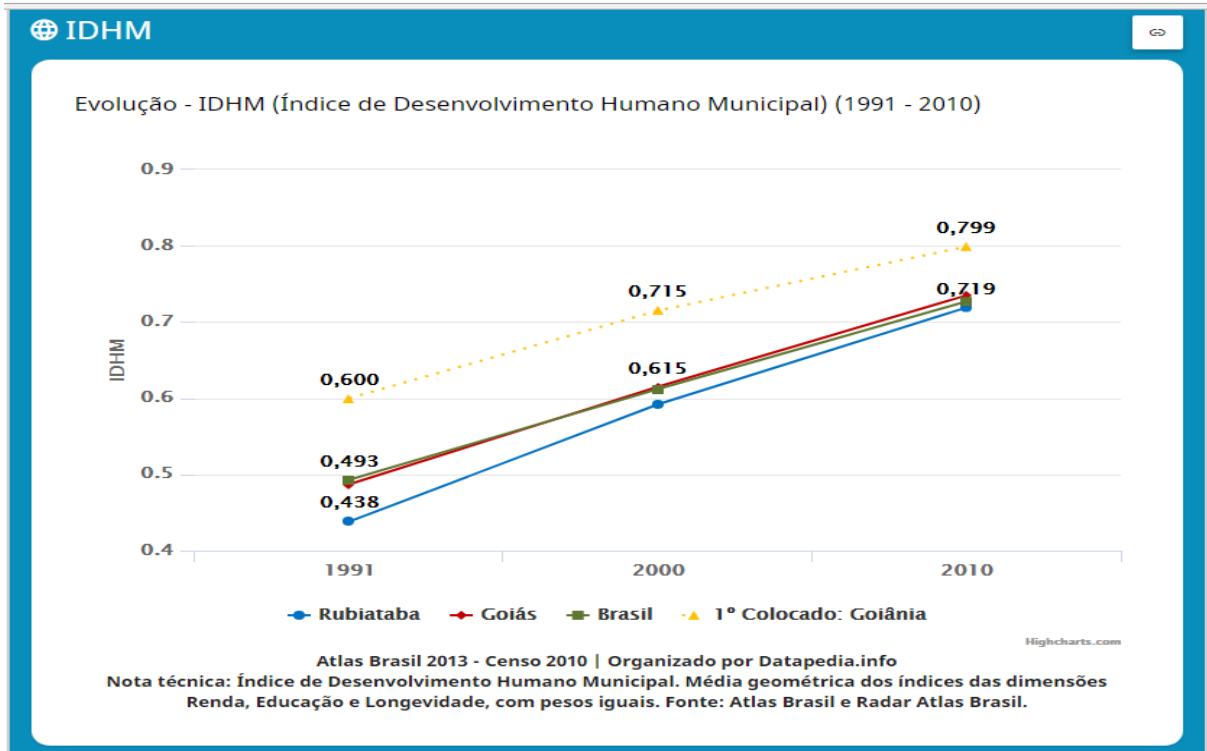


Fonte: Datapedia, acesso em 2017.

A figura 2 demonstra que entre os períodos de 1991 a 2010 a renda *per capita* da população de Rubiataba cresceu consideravelmente em relação ao nível de crescimento do estado de Goiás com um salto de R\$ 480,55 para R\$ 810,97, o que demonstra certo desenvolvimento.

4.1.2 Índice de Desenvolvimento Humano da Cidade de Rubiataba-GO

Figura 3. Índice de Desenvolvimento Humano

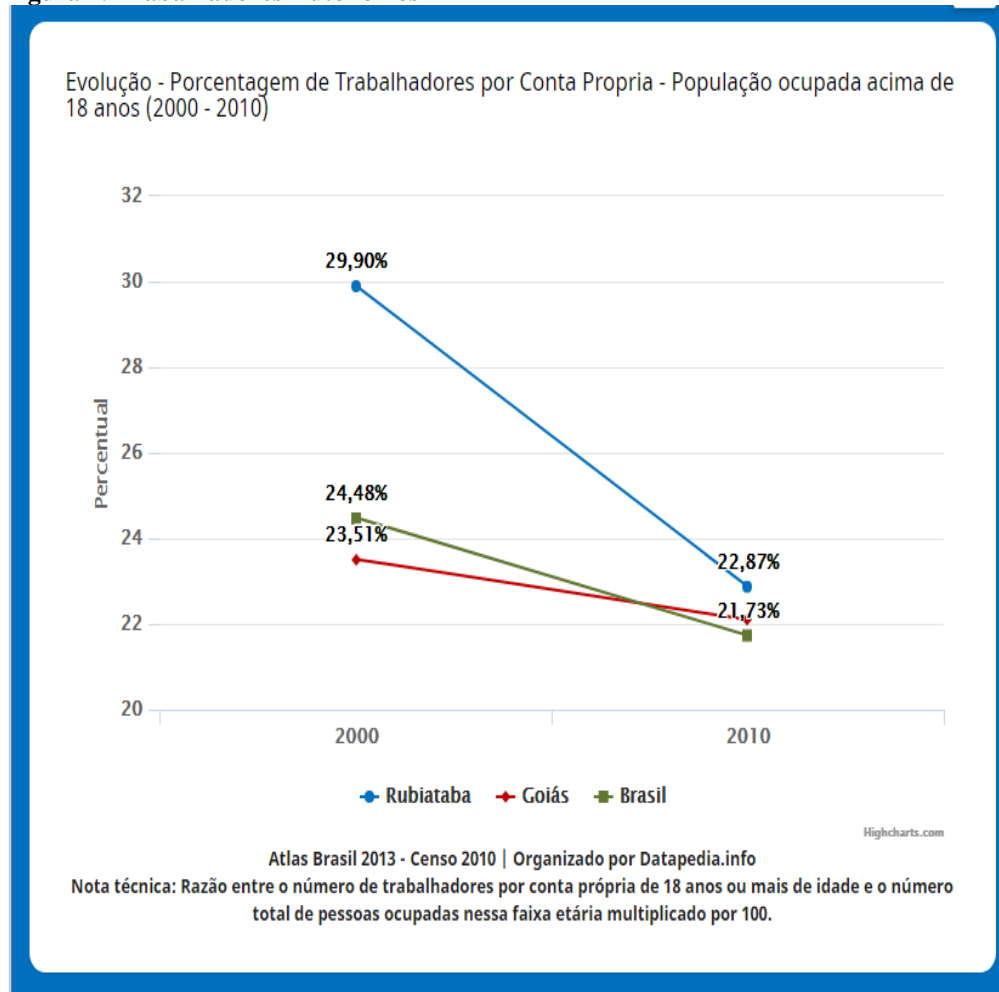


Fonte: Datapedia, acesso 2017.

A figura 3, acima demonstra que no decorrer dos anos de 1991 a 2010 a cidade de Rubiataba elevou o índice de 0,438 para 0,719, onde se baseia em dados como renda, educação e longevidade.

4.1.3 Trabalhadores por Conta Própria acima de 18 Anos

Figura 4. Trabalhadores Autônomos

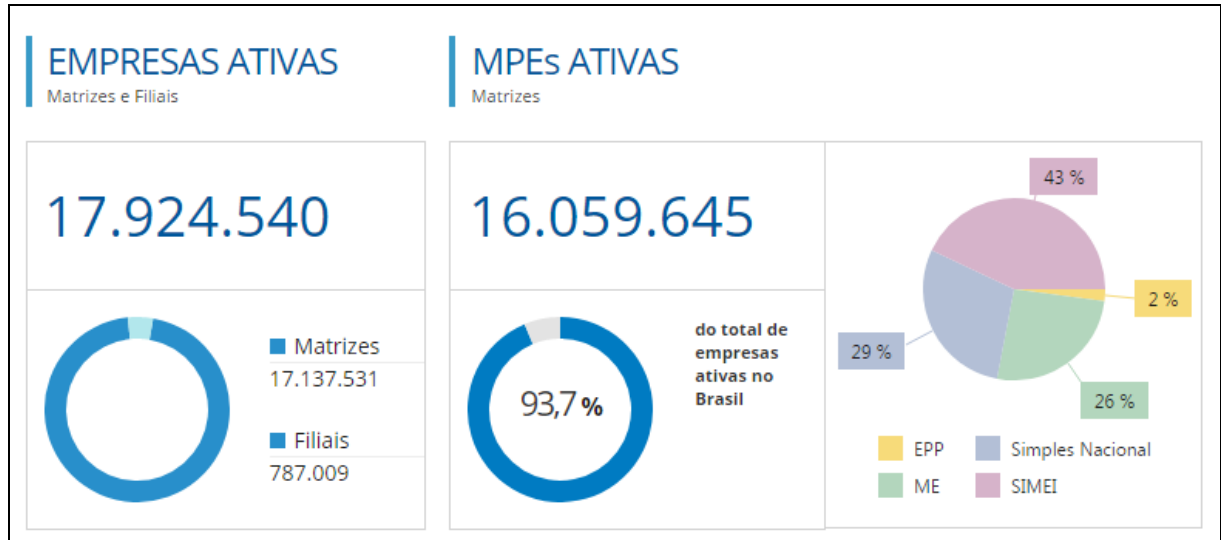


Fonte: Datapédia, Acesso em 2017.

A figura 4 demonstra que houve um retrocesso nos trabalhadores autônomos de 29,90% para 22,87%.

4.1.4 Empresas Ativas no Brasil

Figura 5. Número de empresas ativas no Brasil

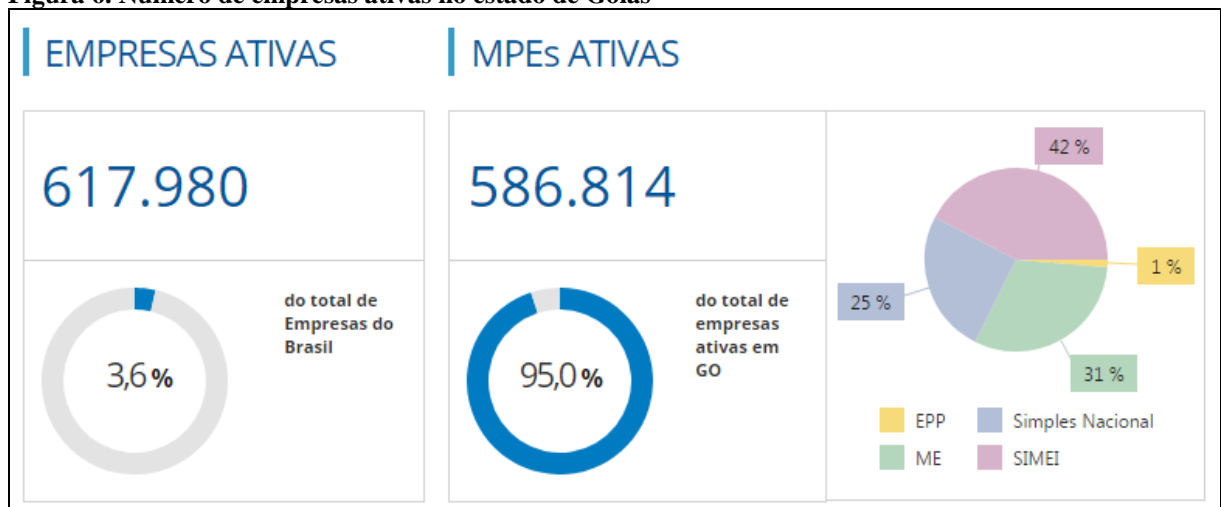


Fonte: (EMPRESÔMETRO MPE, 2017).

A figura 6 demonstra que possui 16.059.645 MPE's até o dia vinte e um de junho de 2017, onde representa a porcentagem de 93,7% de Micro e Pequenas empresas ativas no Brasil, onde 42% são SIMEI; 29 % Simples Nacional; 26% ME e 2% EPP.

4.1.5 Empresas Ativas no Estado de Goiás

Figura 6. Número de empresas ativas no estado de Goiás

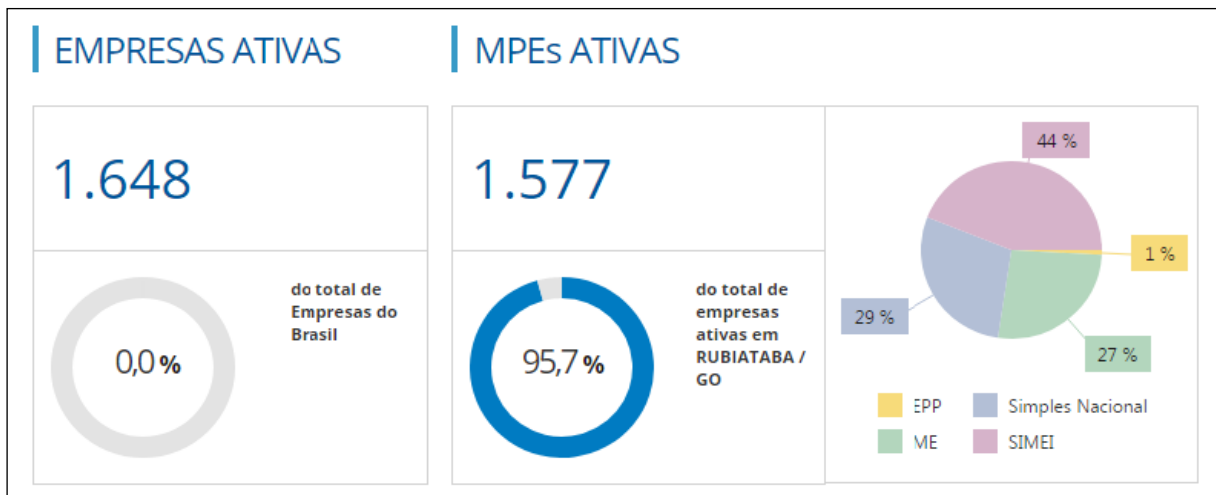


Fonte: (EMPRESÔMETRO MPE, 2017).

A figura 15 relaciona a parcela de Micro e Pequenas empresas localizadas no estado de Goiás até o dia vinte e um de junho de 2017, que são 586.814 MPE's, representando 95,0 do total de empresas ativas em Goiás. Destacando as classificações, onde 42% são SIMEI; 31% ME; 25 % Simples Nacional; e 1% EPP.

4.1.6 Empresas Ativas no Município de Rubiataba

Figura 7. Número de empresas ativas no Município de Rubiataba



Fonte: (EMPRESÔMETRO MPE, 2017).

A figura 7 destaca 1.577 de Micro e Pequenas empresas, representando 95,7 do total de empresas ativas em Rubiataba/GO. Destacando as classificações, onde 44% são SIMEI; 29% Simples Nacional; 27% ME; e 1% EPP.

4.1.7 Panorama do Empreendedorismo em Rubiataba

Figura 8. Panorama do Empreendedorismo em Rubiataba

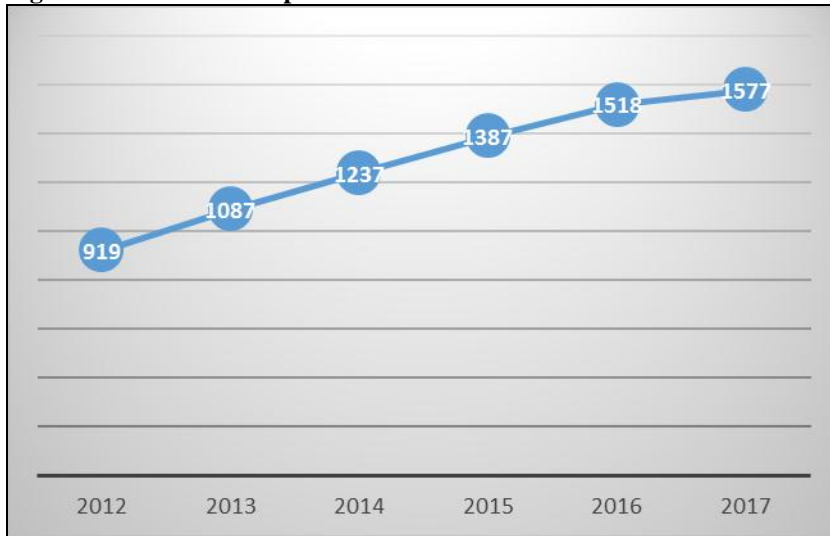


Fonte: (EMPRESÔMETRO MPE, 2017).

A figura 8 demonstra o número de empresas que encerraram suas atividades nos últimos cinco anos, onde 26 empresas encerraram no ano de 2012; 24 empresas encerraram no ano de 2013; 18 empresas encerraram no ano de 2014; 52 empresas encerraram no ano de 2015 e 33 empresas encerraram no ano de 2016.

4.1.8 Número de Empresas Ativas nos Últimos 5 Anos em Rubiataba-Go

Figura 9. Número de empresas ativas nos últimos 5 anos em Rubiataba-GO

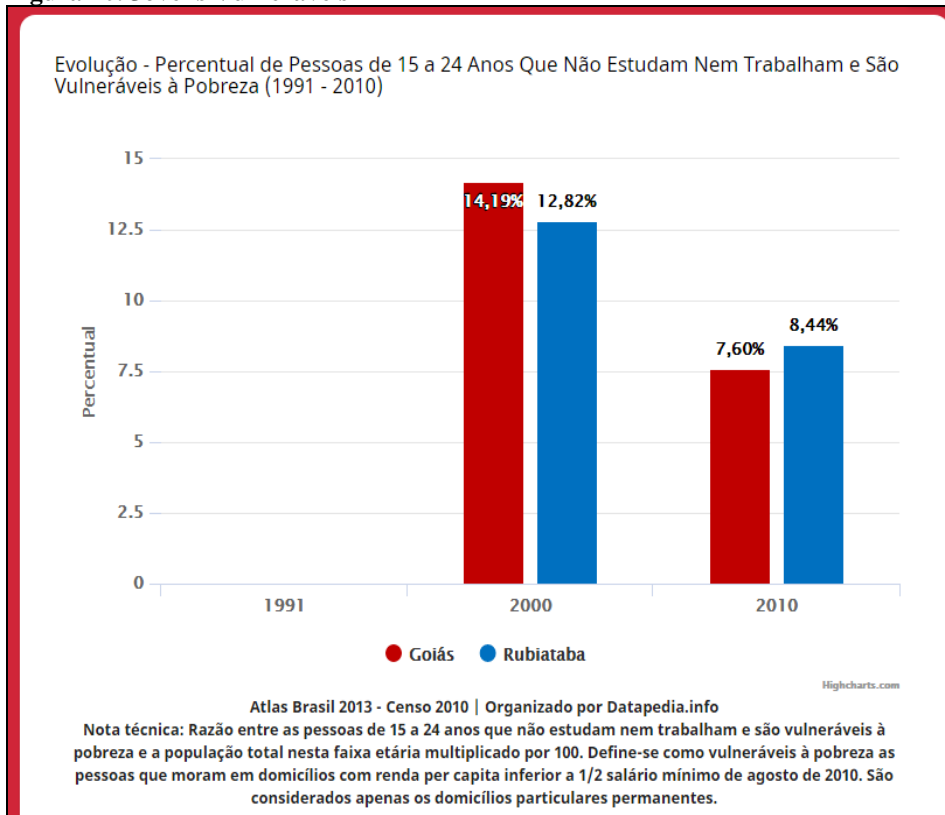


Fonte: (EMPRESÔMETRO MPE, 2017).

É possível perceber no gráfico 8 uma acentuada elevação na abertura de micro e pequenas empresas dentre os anos de 2012 até o momento atual do ano de 2017.

4.1.9. Nível de Pobreza e Escolaridade das Pessoas de Rubiataba-GO

Figura 10. Jovens Vulneráveis



Fonte: Datapedia, acesso em 2017.

O gráfico demonstra que de 2000 a 2010 a cidade de Rubiataba teve um declínio de pessoas entre 15 a 24 anos fora da sala de aula e do mercado de trabalho, essa diminuição é de 12,8% para 8,44%.

4.1.10 Índice de Despesas e Receitas do Município de Rubiataba-Go

Figura 11. Despesas e Receitas do Município

Despesas e Receitas orçamentárias			
Variável	Rubiataba	Goiás	Brasil
Receitas	47.605	13.085.221	461.146.647
Despesas	37.774	11.904.735	412.501.044

Produto Interno Bruto (Valor Adicionado)			
Variável	Rubiataba	Goiás	Brasil
Agropecuária	35.722	5.977.907	105.163.000
Indústria	86.606	11.623.682	539.315.998
Serviços	124.642	27.151.019	1.197.774.001

Fonte: IBGE 2013, Acesso 2017.

A figura demonstra que o PIB da agropecuária é de 35,772; a indústria é de 86,606 e os serviços são de 124,642. As despesas são de 37.774, as receitas são de 47,605.

4.2 Análise de Conteúdo

A cidade de Rubiataba conta uma população de quase 19.000 mil habitantes, dados esses onde constam apenas pessoas que tem residências permanentes no município, não fazendo parte desses dados residentes as pessoas que estão morando em pensões, hotéis, prisões e hospitais.

Entre os períodos de 1991 a 2010 a renda per capita da população de Rubiataba cresceu consideravelmente em relação ao nível de crescimento do estado de Goiás com um salto de R\$ 480,55 para R\$ 810,97. O IDH da cidade em termos de qualidade, renda, educação e longevidade, uma vez que primeira colocada em relação ao Brasil está a capital do estado de Goiás Goiânia, esse crescimento de acordo com dados fornecido encontra-se dentro do crescimento nacional.

Houve um retrocesso nos trabalhadores autônomos de 29,90% para 22,87%. Segundo Dornelas (2007) isso pode implicar em alternativas de sobrevivência, sem o trabalho formal e envolver negócios informais, que carece de tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro, porém trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a subsistência dos seus familiares.

Percebe-se que em Rubiataba-GO o empreendedorismo tem sido de grande relevância para que quase 100% das atividades econômicas se dá através da criação de micro e pequenas empresas, onde empreender tem sido para o município uma das chaves para a economia não ficar alienada apenas na usina de álcool e a agropecuária, preparando esses proprietários a estar desenvolvendo empregos em lojas, e serviços diversos, diminuindo então a taxa de desemprego local.

O número de empresas que encerram suas atividades nos últimos cinco anos aumentou, onde 26 empresas encerraram no ano de 2012; 24 empresas encerraram no ano de 2013; 18 empresas encerraram no ano de 2014; 52 empresas encerraram no ano de 2015 e 33 empresas encerraram no ano de 2016.

Relacionado esses fatores ao empreendedorismo entende-se que esses fatores podem estar interligados aos consumidores exigentes, a falta de crédito dos bancos, influências políticas e econômicas, crescimento inesperado da concorrência, e principalmente ausência de planejamento através de um plano de negócio, onde permite ter previsibilidade do andamento da empresa.

Segundo Gomes (2012) percebe-se que é de grande relevância as discussões sobre empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, ao fato de os empregos tradicionais estarem cada vez mais escassos e os indivíduos têm sentido a necessidade de encontrar e desenvolver novos produtos, novas invenções para se consolidar no mercado.

Compreende-se que Rubiataba vem crescendo com a criação de novas empresas, reafirmando que o empreendedorismo em termos de economia tem trazido novos postos de trabalho, fazendo com que a cidade se desenvolva a partir de inovações das ideias, com uma acentuada elevação na abertura de micro e pequenas empresas dentre os anos de 2012 até o momento atual do ano de 2017 (EMPRESÔMETRO, 2017).

O gráfico 10 demonstra que de 2000 a 2010 a cidade de Rubiataba teve um declínio de pessoas entre 15 a 24 anos fora da sala de aula e do mercado de trabalho, essa diminuição é de 12,8% para 8,44%. Entende-se que a educação está ligada ao processo de estar colocando em prática as habilidades e criatividade, que empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não dispõe de recursos, como a educação e o

conhecimento adequado para estarem empreendendo de forma estruturada (DATAPEDIA, 2017).

O PIB de Rubiataba envolve setores como da agropecuária que é de 35,772; a indústria é de 86,606 e os serviços são de 124,642. As despesas são de 37.774, as receitas são de 47,605.

CONCLUSÃO

Conclui-se que em termos de estrutura empresarial o empreendedorismo nos últimos cinco anos trouxe para o município de Rubiataba-GO fomento de progresso, criação de empresas, mostrando sua importância para o quadro econômico-social, sendo que esse desenvolvimento demonstrou-se através da abertura de micro e pequenas empresas, fechando o ano de 2017 com quase 2000 empresas em atividade, gerando novos postos de trabalho e, por conseguinte o desenvolvimento local, congruente ao conceito do empreendedorismo como peça chave para o desenvolvimento e crescimento de determinada cidade e região e país, através da criação de empresas, geração de postos de emprego, sobre a taxa de alfabetização, da renda *per capita* dos residentes, de empregadores e também de desempregados.

Mesmo com a decadência em algum período da renda “*per Capita*” nos mostra que a cidade está embasada em uma economia estável, tanto é que, entre os períodos de 1991 a 2010 a renda *per capita* da população de Rubiataba-GO cresceu consideravelmente em relação ao nível de crescimento do estado de Goiás com um salto de R\$ 480,55 para R\$ 810,97, o que demonstra certo desenvolvimento.

Pode-se dizer que as dificuldades econômicas e liberação de crédito dos bancos para o financiamento das ideias de negócio, não é um fator que paralisa as pessoas que têm o desejo de empreender, pois fazem com motivação e garra aquilo que se propõe, tanto é que não pararam de crescer mesmo com as contingências da burocracia, e que fará a diferença tanto para o país, quanto para município de Rubiataba. Isso tem trazido desenvolvimento como novas empresas, novas lojas e novas oportunidades.

Percebe-se que a dificuldade maior para que esse desenvolvimento do empreendedorismo se dissemine e fique em evidência está na burocracia da liberação de crédito pelos bancos. Uma ferramenta de fácil acesso e que os órgãos de ajuda como SEBRAE possa estar dando mais assistência a essas ideias de negócio, pois o plano de negócio é uma das principais ferramentas de consignação de crédito, e essa é uma das maiores dificuldades dos empreendedores, até mesmo quem já possui sua empresa carece desse conhecimento.

Com este estudo percebe-se que o empreendedorismo em geral voltado para o município de Rubiataba-GO, trouxe à cidade certo desenvolvimento, entretanto carece da difusão desse movimento que está elevando outros países em desenvolvimento para lugar de destaque e crescimento econômico. Para que todos possam ter acesso a essa filosofia e

movimento deixa-se em aberto esse estudo para posteriores pesquisas para a consecução de novas ideias.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel, **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**, 2015. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

BISBO, Cláudio dos Santos; SOUZA, Diego de Jesus; ARAÚJO, Felipe Pascoal de; CARDOSO, Nayara Holanda; SILVA, Paula Sousa da; JUNIOR, Valmir Rosa dos Santos, **Empreendedorismo e Inovação**, 2015. Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____. Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócio**, 2011. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2017.

DATAPEDIA, Datapedia em Rubiataba-Go, 2017. Disponível em: <<https://www.datapedia.info/public/cidade/5147/go/rubiataba#pop>>. Acesso em: 28 dez. 2017.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**. 8. ed. São Paulo: Mac Graw Hill, 1989.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. José Carlos de Assis, **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

EMPRESOMETRO, **Inteligência de mercado**, 2017. Disponível em: <<https://www.empresometro.com.br/>>. Acesso em: 28 dez. 2017.

GIL, Antônio Carlos, **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Almiralva Ferraz, **O Empreendedorismo como uma Alavanca para o Desenvolvimento Local**, 2016. Disponível em: <http://legacy.unifacel.com.br/rea/edicao07/ed07_art04.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

IBGE, **Produto Interno Bruto dos Municípios**, 2017. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/contas-nacionais/2036-np-produto-interno-bruto-dos-municipios/9088-produto-interno-bruto-dos-municipios.html?edicao=9089&t=destaques>>. Acesso em: 28 dez. 2017.

LAKATOS, Eva Maria e Marconi. **Fundamentos de metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MIGLIOLI, Afrânio Maia; TRAINA, Antônio Fernando Traina; TACHIBANA, Wilson Kendy, **Empreendedorismo: a importância de se planejar o negócio antes de torná-lo realidade**, 2006. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/1023.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes, **A Importância do Plano de Negócio para o Sucesso do Empreendimento**, 2015. Disponível em: <<http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Marcus-Kleber-Bentes-Rayol-A-Import%C3%A2ncia-do-Plano-de-Neg%C3%B3cio-para-o-Sucesso-do-Empreendimento.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

SCHAEFER, Ricardo; Fernando; MINELLO Ítalo Fernando, **Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias**, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/309024942_Educacao_Empreendedora_premissas_objetivos_e_metodologias>. Acesso em: 17 ago. 2017.

SILVA, Nilson Carlos Duarte, **Importância da Formação do Espírito Empreendedor dentro da Universidade: Estudo de Caso**, 1999. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGERP1999_A0085.PDF>. Acesso em: 11 nov. 2017.

TIMMONS, Jeffry. **O Processo Empreendedor**, 2011. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Empreendedorismo-capitulo-2.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2017.