



**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL**



EDMAR MARCELO ALCIATI

**O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO: A
IMPLANTAÇÃO DA LEI GERAL MUNICIPAL NO MUNICÍPIO DE SÃO CAETANO
DO SUL COMO UMA FORMA DE AÇÃO EMPREENDEDORA PÚBLICA.**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

CURITIBA

2012

EDMAR MARCELO ALCIATI



**O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO: A
IMPLANTAÇÃO DA LEI GERAL MUNICIPAL NO MUNICÍPIO DE SÃO CAETANO
DO SUL COMO UMA FORMA DE AÇÃO EMPREENDEDORA PÚBLICA.**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista na Pós Graduação em Gestão Pública Municipal, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR – *Câmpus* Curitiba.

Orientador(a): Prof. Dra. Maria Lucia F. Gomes de Meza

CURITIBA

2012



TERMO DE APROVAÇÃO

O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO: A IMPLANTAÇÃO DA LEI GERAL MUNICIPAL NO MUNICÍPIO DE SÃO CAETANO DO SUL COMO UMA FORMA DE AÇÃO EMPREENDEDORA PÚBLICA.

Por

EDMAR MARCELO ALCIATI

Esta monografia foi apresentada às **XX** h do dia **XX de XXXXXXXXXX de 2012** como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista no Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, *Câmpus* Curitiba. O candidato foi argüido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho

Prof^a. Dr. Maria Lucia F. Gomes de Meza
UTFPR – *Campus* Curitiba
(orientadora)

Prof Dr. Sergio
UTFPR – *Campus* Medianeira

Prof M.Sc.
UTFPR – *Campus* Medianeira

Dedico esta monografia a minha família pela fé e confiança demonstrada; Aos professores pelo simples fato de estarem dispostos a ensinar; Aos orientadores pela paciência demonstrada no decorrer do trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida, e por me conceder fé e perseverança para vencer os obstáculos. A minha família, pelo incentivo e colaboração, principalmente nos momentos de dificuldade.

À minha orientadora professora Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza, que através da sua disponibilidade, interesse e receptividade me recebeu e pela prestabilidade com que me ajudou.

Agradeço aos pesquisadores e professores do curso de Especialização em Ensino de Ciências, professores da UTFPR, *Campus Medianeira*.

Agradeço aos tutores presenciais e a distância que nos auxiliaram no decorrer da pós-graduação.

Enfim, sou grato a todos que contribuíram de forma direta ou indireta para realização desta monografia.

“Se todos fizéssemos o que somos capazes,
ficaríamos espantados com nós mesmos”.

(THOMAS EDISON)

RESUMO

EDMAR MARCELO ALCIATI.. O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO: A IMPLANTAÇÃO DA LEI GERAL MUNICIPAL NO MUNICÍPIO DE SÃO CAETANO DO SUL COMO UMA FORMA DE AÇÃO EMPREENDEDORA PÚBLICA. 2012. 40 folhas. Monografia (Especialização em Gestão Pública Municipal). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2011.

Este trabalho de pesquisa analisa a evolução do conceito de empreendedorismo e de conceitos correlatos, com foco na aplicação às pequenas empresas. Procurou-se identificar, na literatura, características empreendedoras capazes de promover o desenvolvimento de pequenas empresas, categoria fundamental da vida econômica e social das nações. Analisou-se o conteúdo dos textos e obras consultadas, bem como a representação social que os diferentes autores estudados fazem do fenômeno empreendedorismo. Quatro características apareceram como sendo as mais representativas do conceito de empreendedorismo, segundo os autores consultados: inovação, busca de oportunidades, correr riscos e criatividade. Além disso, a análise efetuada identificou o caráter plural e multifacetado do conceito de empreendedorismo, além de possibilitar que seja recomendada a continuidade de estudos relacionados ao tema, o qual é mais antigo do que fazem transparecer algumas obras recentes. O que é novo é o interesse de pesquisadores, empresários e governantes em geral a respeito do fenômeno neste início de século. Ainda nesse trabalho enfatizamos a cidade de São Caetano do Sul como cidade que se aplica a Lei Geral Municipal das Mpes.

Palavras-chave: Empreendedorismo; desenvolvimento; Mpes.

RESUMEN

EDMAR MARCELO ALCIATI THE ROLE OF CITIES IN PROMOTING ENTREPRENEURSHIP: THE IMPLEMENTATION OF THE GENERAL MUNICIPAL LAW IN SÃO CAETANO DO SUL AS A FORM OF ENTREPRENEURIAL ACTION.

2012. 40 sheets. Monograph (Specialization in Management Publica Municipal). Federal Technological University of Paraná, Mediatix, 2011.

This research paper analyses the evolution of the concept of entrepreneurship and related concepts, with a focus on application for small businesses. Sought to identify, in the literature, entrepreneurial characteristics capable of promoting the development of small businesses, fundamental category of economic and social life of the Nations. Analyzed the content of the texts and works consulted, as well as the social representation that different authors studied make entrepreneurship phenomenon. Four characteristics appeared to be the most representative of the concept of entrepreneurship, according to the authors consulted: innovation, looking for opportunities, risk-taking and creativity. In addition, the analysis effected plural and multifaceted character identified the concept of entrepreneurship, as well as enabling is recommended the continuation of studies related to the topic, which is older than do show some recent works. What is new is the interest of pe ..

Keywords: Entrepreneurship; development; Meps.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1. Objetivo Geral	12
1.2. Objetivos Específicos	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 O Papel das Cidades para Promover Empreendedorismo.....	14
2.2 Empreendedorismo e empreendedorismo público : Discutindo suas diferenças.....	19
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	21
4 ESTUDO DE CASO	22
4.1 O Município de São Caetano do Sul(breve histórico, perfil econômico, social, populacional, etc	23
4.2 Considerações sobre a promoção do empreendedorismo a partir do plano diretor da cidade e dos planos plurianuais	24
4.3 Lei Geral Municipal Das Mpes.....	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES	39
6 CONCLUSÃO	41
7 REFERENCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

Atualmente o cenário está sendo visto com muita inovação e disputas no mercado entre empresas e empresários e é inevitável que exista uma demanda de gestores competentes para tal enfrentamento entre as forças do processo de mudança e os impasses que um novo sistema produtivo que cria critérios sobre o diferente, o inovador. Estes por sua vez estão se apoiando para a busca desse diferencial entre o novo e o anterior para desenvolverem um novo modelo de gestão que contribua com maior solidez para as disputas no mercado.

Nesse sentido, diz Motta (1996) é fundamental o desenvolvimento de ideias em nível individual que sejam “coletivizadas e institucionalizadas”, despertando, por um lado o espírito crítico e, por outro, oferecendo oportunidades para novas alternativas e oportunidades. A percepção e o aproveitamento de oportunidades, no âmbito dos negócios, vinculadas à criação de novas formas de uso de recursos, podem ser considerados, segundo Schumpeter (1987), como indicador de empreendedorismo, o que, para esse autor, está associado à inovação.

As micro e pequenas empresas, agentes fundamentais do desenvolvimento econômico, tanto no que diz respeito à geração de empregos, como à criação de inovações tecnológicas (TIMMONS, 1990), devido à flexibilidade, criatividade e ao dinamismo que lhes é peculiar, são o lócus onde os empresários veem a exercer e manter sua capacidade produtiva e inovadora.

Considerando a possibilidade de empresários serem também empreendedores, cabe questionar quais características empreendedoras são importantes para que pequenos empresários sobrevivam aos altos índices de mortalidade das pequenas empresas. Nessa linha, o objetivo deste texto é descrever características empreendedoras identificadas na literatura, capazes de promover o desenvolvimento de pequenas empresas. Aqui convém ressaltar a consciência de que são muitos os fatores responsáveis pela sobrevivência e sustentabilidade das empresas, os quais envolvem, não só o comportamento do empresário, como, também, as práticas gerenciais na condução dos negócios, e as causas econômicas conjunturais.

Constatando que surgiram cerca de 470 mil novas pequenas empresas no Brasil, no período de 2000 a 2002 e que mais de 770 mil encerraram suas

atividades, nesse mesmo período (SEBRAE, 2004) e que esse segmento empresarial pode ser um espaço privilegiado de inovação e criatividade, vinculado em alto grau às características do empresário/gestor, este estudo se justifica por representar uma tentativa de sistematização dos conceitos de empreendedor e de empreendedorismo.

1.1. Objetivo Geral

Mostrar o papel do município de São Caetano do Sul na promoção do empreendedorismo como uma ação empreendedora pública. Desmistificar a complexidade de executar ações de caráter legal e empreendedora, com base em exemplos e atitudes já descritas em literaturas e em casos empíricos, mostrando a viabilidade para todo e qualquer gestor que pretende desenvolver o município através do empreendedorismo ensinando a aplicar a Lei Geral Municipal.

1.2. Objetivos Específicos

Mostrar como o Empreendedorismo e a Lei geral são importantes para o crescimento das cidades, visto que empreender faz parte de uma rotina urbana que dará nova cara a cidade e aos seus beneficiários.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE nas cinco regiões brasileiras, em pequenas empresas constituídas e registradas, no período de 2000 a 2002, aponta um índice de mortalidade de 49,4% para empresas com até dois anos de existência, de 56,4% para as de até três anos e de 59,9% para aquelas com até quatro anos de existência (SEBRAE, 2004). Essa pesquisa identificou, ainda, fatores de sobrevivência de empresa, agrupando-os em três características: habilidade gerencial, capacidade empreendedora e logística operacional representada por escolha de um bom administrador, dotado de competências específicas para tratar a dinamicidade do mercado, uso de capital próprio para administrar o negócio, reinvestimento dos lucros na empresa e acesso a novas tecnologias. Sendo que os fatores relativos às habilidades gerenciais aparecem em primeiro lugar, seguidos dos da capacidade empreendedora e, por fim, dos da logística operacional.

Através da Lei Complementar nº 123 de 2006, que estabelece normas gerais relativas às Microempresas e às Empresas e Pequeno Porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangendo, não só o regime tributário diferenciado (Simples Nacional), como também aspectos relativos às licitações públicas, às relações de trabalho, ao estímulo ao crédito, à capitalização e à inovação, ao acesso à justiça, dentre outros. Isto é, a lei geral municipal propõe que o gestor público seja o facilitador às MPEs (micro e pequenas empresas) no seu desenvolvimento e no aumento da competitividade empresarial.

Com a promulgação da Reforma Tributária, em 19/12/2003, abriu-se o caminho para o fortalecimento das pequenas empresas, a alternativa mais eficaz para viabilizar a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade. Agora existe uma Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, estabelecendo e regulamentando os estímulos e incentivos para o setor, como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias.

2.10 Papel das Cidades para Promover Empreendedorismo

No ponto de vista de Drucker (1986), sucesso ou mesmo sobrevivência de uma pequena empresa depende, fundamentalmente do comportamento e das características pessoais que marcam os empresários inovadores. A inovação, diz esse autor, é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes, podendo ser aprendida e praticada.

Considerando, essa linha de pensamento, o momento em que a sociedade vive sobre incertezas e desafios, o desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das empresas dependem, em grande parte da formação/capacitação de seus atores, voltada não só para conhecimentos e habilidades de natureza técnica e gerencial, mas, também, para a criatividade, a auto - realização, e a inovação o que expressa aspectos fundamentais do empreendedorismo.

Empreendedorismo, portanto, está associado à inovação e empreendedor é o inovador com características, que na visão de Filion (1991) são tais como, criatividade, persistência, internalidade (habilidade de assegurar que seus desejos sejam realizados), liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações, habilidade em utilização de recursos.

Carland et al. (1984), descreve que o conceito de pessoa empreendedora é comumente definido em termos de funções e resultados econômicos. No entanto, convém ressaltar a perspectiva que articula o empreendedor com seu contexto e, por conseguinte, com a responsabilidade social que isso implica, fazendo com que, no caso do empreendedor ser, também, o empresário, a empresa, como diz Klisksberg (2004, p.122), passe a ser considerada valiosa pela sociedade.

Na maioria das vezes, empreendedor é tomado como sinônimo de empresário, para quem Motta (1996, p.50) apresenta, de modo sintetizado, as dimensões mais comuns de seu perfil, representadas pelo racional, o sistemático e o analítico.

Disso tudo podemos ter claro que ser empresário, não necessariamente quer dizer ser um empreendedor. Nesse sentido, Drucker (1986) refere-se a confusão entre esses termos, mostrando que empreendedor demonstra ter um comportamento inovador, criando uma nova situação para sua empresa ou trabalho,

enquanto que o empresário está mais preocupado com os aspectos operacionais da administração do negócio. Apesar dessas diferenças, esses atores, compartilham algumas características, o que significa que seria raro encontrar um proprietário-gestor que não tenha ao menos algumas características empreendedoras.

Assim, observaram Carland et al. (1984), que o conceito de pessoa empreendedora é comumente definido em termos de funções e resultados econômicos. No entanto, é conveniente ressaltar a perspectiva que articula o empreendedor com seu contexto e, por conseguinte, com a responsabilidade social que isso implica, fazendo com que, no caso do empreendedor ser, também, o empresário, a empresa, como diz Kliskberg (2004, p.122), passe a ser considerada valiosa pela sociedade. Na maioria das vezes, empreendedor é tomado como sinônimo de empresário, para quem Motta (1996, p.50) apresenta de modo sintetizado, as dimensões mais comuns de seu perfil, representadas pelo racional, o sistemático e o analítico.

Aprovada em 14 de dezembro de 2006 através da Lei Complementar nº 123, que estabelece normas gerais relativas às Microempresas e às Empresas de Porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangendo, não só o regime tributário diferenciado (Simples Nacional), como também aspectos relativos às licitações públicas, às relações de trabalho, ao estímulo ao crédito, à capitalização e à inovação, ao acesso à justiça, dentre outros. Isto é, a lei geral municipal propõe que o gestor público seja o facilitador às MPEs (micro e pequenas empresas) no seu desenvolvimento e no aumento da competitividade empresarial.

Quando o assunto é desenvolvimento municipal o nome que vem a mente é a conhecida Lei Geral Municipal, já aprovada em aproximadamente 2450 municípios do Brasil, e no Estado de São Paulo, com 329 municípios com a Lei regulamentada e 56 municípios com a lei implantada.

Ao considerarmos que em um município mais de 80% das empresas são as ME (microempresa) ou EPP (empresa de pequeno porte) e, apesar de possuírem uma nomenclatura que as defini e as diferencia das grandes, elas são expressivas no município pelo impacto que elas têm na economia, na arrecadação e na geração de emprego e renda. Com isso podemos considerar que essas são a principal fonte do desenvolvimento de qualquer município, razão pela qual a Lei Geral é a maior conquista das micro e pequenas empresas do Brasil em sua história.

Como expressa no site do Sebrae, a sua historia compreende que: No começo de 2004, o Brasil teve diante de si uma oportunidade decisiva para responder positivamente aos desafios do crescimento econômico, da geração de empregos e da distribuição de renda. Com a promulgação da Reforma Tributária, em 19/12/2003, abriu-se o caminho para o fortalecimento das pequenas empresas, a alternativa mais eficaz para viabilizar a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade.

Agora existe uma Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, estabelecendo e regulamentando os estímulos e incentivos para o setor, como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias.

A Lei Complementar nº 123, aprovada em 14 de dezembro de 2006 - Lei Geral - tem características especial quando comparada a outras leis, pois ela necessita de constante monitoramento, pois e exige uma ampla regulamentação via decretos, portarias, resoluções e instruções normativas de todos os órgãos e institutos que a envolve. Portanto é um processo sem fim, pois à medida em que a realidade muda, sua regulamentação também tem que mudar. Sua estrutura compreende que órgãos e estruturas irão adequá-la permanentemente, entre eles, destaca-se o Comitê Gestor, criado pela própria Lei Geral tem a missão de regulamentar continuamente seus artigos.

A razão para se implantar e implementar a Lei Geral Municipal são varias, entre elas:

I - É obrigação legal da prefeitura - Os 5.564 municípios brasileiros têm de aplicar as normas gerais de tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às micro e pequenas empresas (MPE). É o que estabelece o artigo 1º da Lei Geral, inclusive para os estados e para a União. O artigo 77, parágrafo 1º, diz:

“O Ministério do Trabalho e Emprego, a Secretaria da Receita Federal, a Secretaria da Receita Previdenciária, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão editar, em 1 (um) ano, as leis e demais atos necessários para assegurar o pronto e imediato tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido às microempresas e às empresas de pequeno porte.

Isto é, o prefeito que não regulamentar e implantar ou implementar os itens obrigatórios de sua alçada pode ser processado pelo Ministério Público ou pelos empresários que se virem prejudicados por essa omissão. As implantações devem ser encaminhadas e cobradas da equipe de secretários municipais e a regulamentação deve seguir um dos caminhos sugeridos.

II – É uma oportunidade especial de impulsionar o desenvolvimento local conforme o município se encaixa em uma das seguintes situações:

a) Cidade pequena, sem grandes empresas e com poucos pequenos negócios:

A maioria das cidades do Estado de São Paulo estão em condições e se enquadram na oportunidade de impulsionar o desenvolvimento local, isto porque a economia está estagnada ou decrescente, assim como o tamanho da população e os jovens se mudam em busca de oportunidades. Esses municípios sobrevivem basicamente de três fontes. A primeira são os repasses de verbas federais e estaduais, que permitem que a prefeitura seja a grande empregadora local. A segunda é a renda dos aposentados. A terceira fonte – o setor privado urbano e rural – trabalha muito aquém de seu potencial, não se caracterizando como uma fonte efetiva de renda.

São poucas e modestas as fazendas, lojas, padarias, restaurantes e similares. Trazer uma grande empresa é algo que vai além das possibilidades do prefeito. É preciso que o município já esteja economicamente preparado para isso e/ou no lugar certo. Assim, investir nas pequenas empresas urbanas e rurais é o único caminho. Só para se ter uma ideia, 72% dos municípios brasileiros têm menos de 20.000 habitantes.

b) Cidade pequena, sem grandes empresas, mas com muitos pequenos negócios:

Existe um número significativo de cidades com esse perfil. Alguma por possuírem uma atividade rural forte, que por sua vez estimula o comércio e os serviços urbanos. Outras, por contarem com um ou dois polos industriais fortes, com muitas empresas de um mesmo setor. E temos ainda as que são centros comerciais e de

serviços regionais, ou seja, vendem para a população local e dos municípios do entorno. Em todos os casos, a pequena empresa já é a base da economia. Apoiá-la é até uma obrigação. Mais do que isso, é a via mais rápida para acelerar o desenvolvimento.

c) Cidade pequena, com uma ou duas grandes empresas e com poucos ou muitos pequenos negócios:

Existe um número razoável de municípios com esse perfil. Em geral, possuem uma grande empresa. Se a empresa vai bem, a cidade também. Muitos impostos, muitos empregos e bons salários. E vice-versa.

Se a empresa vai mal, tudo vai mal. Se a empresa fecha, o impacto sobre o município é imenso. O jeito de diminuir essa dependência é a descentralização. O único setor sobre o qual o prefeito pode agir efetivamente é o dos pequenos negócios.

d) Cidades médias e grandes:

Apenas 3% das cidades brasileiras são consideradas médias ou grandes (com mais de 150.000 habitantes). Mesmo nelas é fundamental a participação das micro e pequenas empresas na movimentação da economia. Elas respondem por mais da metade dos empregos e são as fornecedoras de bens, serviços e lazer para a população. Por tudo isso, as MPE locais também merecem ser muito bem tratadas.

Em qualquer situação citada, promover as micro e pequenas empresas em um ambiente favorável é um negócio que visa absorver a economia local gerando expectativa de crescimento, pois uma LG bem elaborada vai além da previsão legal a ser cumprida e é capaz de dar um novo rumo à economia local, e o resultado certamente será um município com mais condições e com mais estabilidade tornando-a mais sustentável.

2.2 Empreendedorismo e empreendedorismo público: discutindo suas diferenças

Segundo MEZA (2012) ao comparar o empreendedorismo público com o privado, surgem algumas similitudes e diferenças. “São elas: as regras do jogo, as novas organizações públicas, a gestão criativa dos recursos públicos e os efeitos das ações privadas sobre o domínio público constituem os quatro níveis de análises do empreendedorismo público”

- 1- Mudança nas regras do Jogo ou na estrutura relutatória do governo, que influenciará a economia como um todo, e, por conseguinte, o comportamento dos entes federados e privados.
- 2- Compreensão das “regras do jogo”, ou seja, definir e criar novos ambientes institucionais, que orientem o comportamento da ação pública e privada é uma forma de se analisar o empreendedorismo público.
- 3- Criação de novas organizações públicas a partir das interações entre o Estado e a iniciativa privada; e por meio do uso eficiente dos recursos governamentais para fins públicos; através de formas alternativas de mercados, firmas, estados nações e ações coletivas; constitui um dos níveis de análise.
- 4- Os efeitos positivos das ações privadas sobre o domínio público, como por exemplo, a criação do empreendedorismo privado para cumprir e formar os interesses públicos; constitui um nível de análise.

A leitura sobre o conceito de empreendedorismo muda a cada ciclo. Altera-se e sofre inúmeras transformações, sempre voltada para a ideia de pro atividade e de uma melhor desempenho daquele se busca fazer e realizar ações de sucesso. Não obstante a inovação permeia o tema como sendo um sinônimo de atitude no qual caracteriza o empreendedor ao promover situações que até então não havia manifestado, isto é, não se fazia presente ao mundo exterior nem tão pouco disponível a quem pudesse interessar. Empreendedorismo quase sempre associado

ao exercício de uma atividade econômica, agora passa a ser associada a diversas atividades humanas, em todas as áreas do saber.

Atualmente, pela popularidade do tema, é possível encontrar os empreendedores, em casa, em sua comunidade, dentro de uma organização, igrejas, ou no meio de uma assembleia sindical, isto é, em qualquer lugar onde existam pessoas e não menos importante na área pública.

Em situações de crise, a presença do tema empreendedorismo ganha mais força. Pois este é considerado um elemento fundamental para contornar situações adversas de modo a subtrair os aspectos negativos e potencializar os pontos favoráveis e com ele suprir as dificuldades do momento em que se vive. Já que a adversidade lhe é um ambiente ainda mais propício de aparição. O cenário global atual aponta, portanto, não só para alternativas econômicas inovadoras, mas, principalmente, para estratégias de promoção do desenvolvimento que estimulem e, de certa forma o empreendedorismo. Assim é o desenvolvimento territorial que realiza uma abordagem, que parte do local, para o global reforça o planejamento produtivo pela própria comunidade, com aproveitamento das vocações e potenciais locais.

E o instrumento que potencializa e norteia a capacidade de gerir com sob os diversos aspectos da administração à luz do empreendedorismo, que traduzem os aspectos legais e que ao mesmo tempo, são tradutores da ativação do desenvolvimento é, a Lei Geral. Esta estimula o administrador e seus atores a mostrarem seu potencial de gestão e, como bons articuladores, na promoção de um município atuante, pois a Lei Geral é o caminho para que se tenha uma administração focada no patamar ideal de uma gestão pública empreendedora.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

A pesquisa realizada está caracterizada como técnica, com desenvolvimento de estudo sobre empreendedorismo nas cidades com aplicação de uma lei que amplie o insira o empreendedor num processo de crescimento da cidade de forma geral. As cidades em destaque são, as de São Caetano, Itapetininga e Curitiba.

4 ESTUDO DE CASO

Escolhemos três cidades que trabalham com o empreendedorismo, com a finalidade de mostrar que são cidades com gestores que incentivam, implementam e inovam o cenário para uma cidade mais rentável, com mais qualidade de vida, com pessoas mais felizes e otimistas e que enxergam um futuro promissor e de resultados mais concretos.

a. SÃO CAETANO DO SUL - SP / NACIONAL - Região: Sudeste

Categoria(s): Destaque Temático: Desburocratização / -

Prefeito(a): José Auricchio Júnior

Edição: 6ª Edição - Biênio 2009/2010

Habitantes: 152.093

Descrição: Município reconhecido nacionalmente pelo índice de desenvolvimento humano (IDH); após diagnóstico constatou-se que 97% do orçamento estavam comprometidos com custeio e folha de pagamento. Fez choque de gestão para reduzir as despesas públicas e modernizar a máquina administrativa. Projeto: investiu em infraestrutura; ofereceu microcrédito a empreendedores de baixa renda; desburocratizou o atendimento aos munícipes e aprovou legislação específica de tratamento diferenciado a ME e EPP.

ITAPETININGA - SP / NACIONAL- Região: Sudeste

Categoria(s): Destaque Temático: Educação Empreendedora e Inovação / -

Prefeito(a): Roberto Ramalho Tavares

Edição: 6ª Edição - Biênio 2009/2010

Habitantes: 148.808

Descrição: Qualificou empreendedores e mão de obra; atuou com crianças e jovens; incluiu o empreendedorismo no currículo escolar. Modernizou a máquina administrativa e a educação pública em prol dos pequenos negócios, com o Programa Jovens Empreendedores; instalou o galpão de agronegócios; desenvolveu

o processo de compras municipais e ampliou a atuação do Banco do Povo e do Posto de Atendimento ao Trabalhador; construiu a Incubadora de Empresas.

CURITIBA – PR - Região: Sul

Categoria(s): Destaque Temático: Médios e Grandes Municípios / -

Prefeito(a): Carlos Alberto Richa

Edição: 6ª Edição - Biênio 2009/2010

Habitantes: 1.851.215

Descrição: O foco é o fomento de atividades econômicas por meio do desenvolvimento de infraestrutura, das bases empresariais, da ciência e tecnologia, com ênfase em PPPs (parcerias público-privadas). São realizados assessoramentos a investidores e empresários com a finalidade de instalar novos empreendimentos e ampliar as atividades. A iniciativa exige capacitação tecnológica e qualificação profissional, para suprir as necessidades principalmente das empresas participantes do Programa CURITIBA TECNOPARQUE. Os resultados são significativos e demonstram uma linha de horizonte que se coaduna com as novas perspectivas de convivência socioeconômica presentes nas grandes metrópoles via ME e EPP.

4.1 O Município de São Caetano do Sul(breve histórico, perfil econômico, social, populacional, etc.

História oficial da cidade tem início com os frades beneditinos radicados no Brasil, que fundaram a Fazenda de São Caetano, nas terras de Tijucuçu. A partir de 1631 duas figuras participaram da formação patrimonial de São Caetano: O capitão Duarte Machado e esposa, que doaram à Ordem de São Bento, em São Paulo, as terras de Tijucuçu, e o bandeirante Fernão Dias Paes Leme, que, em 1671, doou 500 braças de terra aos beneditinos, enriquecendo o referido patrimônio. Forma-se, assim, a Fazenda São Caetano, cuja denominação é uma homenagem ao Santo da Divina Providência, muito cultuado pela Ordem. Até 1764, os frades administraram a fazenda, na qual construíram o marco da futura cidade e erigiram uma pequena capela. Mais tarde, com a chegada dos imigrantes italianos, em 1877, a capela veio dar origem a paróquia São Caetano. A partir daí, porém, Portugal ficou sob o jugo do Marquês de Pombal e as atividades dos beneditinos foram proibidas. Desse modo, as terras abandonadas aos poucos.

São Caetano do Sul é, indubitavelmente, a cidade com maior proporção de idosos da Região do Grande ABC. Esses resultados, com recorte temporal, ressaltam um diferencial demográfico do Município: o processo de envelhecimento da população. Tal processo foi desencadeado em 1970, e o resultado de 6% está acima dos atuais índices de municípios como Diadema, Mauá, Rio Grande da Serra e próximo do de São Bernardo do Campo – que em 2000 registra 6,9%. O único município do ABC a registrar alguma semelhança é Santo André, todavia num nível menos expressivo.

4.2 Considerações sobre a promoção do empreendedorismo a partir do plano diretor da cidade e dos planos plurianuais

O termo empreendedor, na maioria, das vezes é considerado sinônimo de empresário, caracterizado por Motta (1996, p.50) como tendo um perfil racional, sistemático e analítico. No entanto, o fato de ser empresário não implica em ser empreendedor, pois enquanto aquele está mais preocupado com os aspectos operacionais de gestão de um negócio, o empreendedor possui um comportamento inovador, gerando novas situações para o seu trabalho e empresas (Drucker, 1986). Neste sentido, a atitude criativa, de auto-realização e iniciativa são aspectos fundamentais do perfil do empreendedor. Para Souza (2005), pode-se interpretar atualmente o perfil do empreendedor como um líder, que se orienta estrategicamente em não mais controlar, mas desenvolver o potencial pessoal e profissional de cada membro da organização.

Por outro lado, a noção de empreendedorismo foi amplamente discutida a partir da década da 1980, quando passou a ser objeto de estudo de várias áreas, a saber: social, econômica, política e comportamental. No entanto, por não haver uma continuidade e aproveitamento de trabalhos discutidos e apresentados nessa área, a discussão sobre empreendedorismo se tornou complexa, cujo fenômeno geralmente está relacionado à mudança, inovação, aprendizagem, criatividade dentre outros fatores. Dois enfoques se sobressaem no âmbito da discussão científica que incluem o econômico, a partir das idéias de Schumpeter (1997) e o comportamental, baseado na contribuição de McClelland (1972). Enquanto os economistas associam

o empreendedor aos processos inovativos, os comportamentalistas enfatizam as características pessoais do empreendedor tais como a criatividade e a intuição.

A característica dominante na economia associa o empreendedorismo ao próprio empreendedor, que possui percepção e capacidade de exploração de novas oportunidades no âmbito dos negócios além de propensão ao risco, a partir do uso de recursos disponíveis de forma inovadora. Neste caso, o empreendedorismo possui interação direta com a inovação. Para Schumpeter, o empreendedor tem o desejo de ser bem sucedido. Ele utiliza energia própria, é um lutador e busca criar riqueza, mas diante das dificuldades procura novas alternativas, buscando sempre o sucesso. Ele tem a missão de criar novos fluxos de produção, e desenvolver novos vínculos e transação em busca de novos empreendimentos. A Teoria Econômica de Schumpeter mostra que a capacidade do empreendedor de criar novos produtos, modos de produção e mercados é o impulso fundamental da direção do capitalismo, que na ocorrência dessas mudanças gera a “destruição criadora”, ou seja, o processo de gerar riqueza para um determinado país a partir das inovações.

Sob a perspectiva comportamental, a noção de empreendedorismo está associada ao comportamento do empreendedor, considerado por Weber (2003) como uma pessoa inovadora que possui um papel importante de liderança na organização. Esta concepção foi discutida em sua obra *A Ética Protestante e o Espírito Capitalista*, publicada em 1947. O fator valorativo fundamental do empreendedor identificado por Weber é a crença religiosa ou o trabalho protestante que estabelecia normas de conduta, limitando comportamentos extravagantes, ostensivos e indolentes. Com esta atitude se conseguia maior produtividade e maior economia com a diminuição de custos e despesas. Outra contribuição importante neste campo e considerada referência é a trazida por McClelland (1972). Este autor caracteriza o empreendedor como uma pessoa movida ao sucesso, reconhecimento, poder e controle. A principal força que motiva o empreendedor é a necessidade de realização, entendida como a necessidade de se superar e se distinguir dos demais a partir da reunião de um conjunto de características psicológicas e comportamentais, que são traduzidas pelo gosto ao risco moderado, reconhecimento e iniciativa. Charland et al. (1997) considera estas características como o modelo americano de empreendedorismo, podendo ser resumidas em: propensão para

assumir riscos, necessidade de realização e preferência pela inovação e criatividade. Ter ideia do criativo também faz parte da definição do empreendedor, que é compartilhada por inúmeros estudiosos – McClelland (1961), Brockhaus (1980) e Lyn (1969). Além disso, Filion (1991) afirma que ele também possui uma clara visão da realidade, usando-a para buscar oportunidades. É na aprendizagem que o empreendedor consegue ser inovador e alcança seus objetivos. Ainda sob o enfoque comportamental, o debate mais recente da *Management Systems International* (1999) afirma que em relação às variáveis psicológicas que afetam o empreendedor, a ênfase recai às características do que os traços de personalidade. Essas características estão relacionadas aos contextos históricos, sendo as mais comuns a inovação, liderança, criatividade, flexibilidade, reconhecimento, autonomia, auto-conhecimento, auto-estima, iniciativa e disposição aos riscos moderados (Filion, *ibidem*). Neste caso, podemos considerar o empreendedorismo como um fenômeno regional e histórico.

Existe um esforço grande para traçar as características comuns do empresário brasileiro com perfil de inovador, Barros e Prates (1997) destacam a flexibilidade e esforço por se evitar conflitos. No caso da flexibilidade, ela é percebida por meio da criatividade em buscar soluções engenhosas, que possibilitem contornar limitações existentes em função das normas administrativas e técnicas.

Segundo Souza (2005), essas características tidas como comuns aos empreendedores podem ser atribuídas aos variados tipos de empreendedores, a saber: i) o iniciante (aquele que abre um negócio motivado quer seja pela sua independência, liberdade ou necessidade) e ii) já estabelecido (aquele que desenvolve um novo processo e/ou produto ou serviço no seu negócio já existente).

No final das contas, a maioria dos estudiosos associa o fenômeno empreendedorismo à inovação, o que nos leva a compreender melhor todo o processo. Além disso, considerando a influência dos contextos político, econômico e social nas características do empreendedor, podemos compreender o seu comportamento como fruto da aprendizagem social da história de cada pessoa, que de certa forma favorece a sua adaptação às mudanças do meio econômico (Souza, *ibidem*).

Para Schumpeter (1987) o empreendedor tem a missão de criar novos fluxos de produção, desenvolver vínculos e transações tendo como resultado a constituição de um novo empreendimento. O empreendedor, na forma descrita por Schumpeter (1997), tem um sonho, como o de fundar um império pessoal, é uma pessoa de vontade forte, deseja conquistar espaços e domínios; ser bem sucedido.

O mesmo autor ainda salienta, que o empreendedor é um lutador, que tem a alegria de criar e realizar coisas, de empregar a própria energia com novos empreendimentos; enfrenta dificuldades, procura mudar e tornar possível a transformação, busca o sucesso.

O termo empreendedorismo, na visão de Gimenez et al. (2000, p.10), é “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares, e das características e problemas especiais dos empreendedores”, definindo esse fenômeno como a busca de oportunidades e o controle efetivo de recursos tangíveis.

Arthur M. Blank, da Babson College envolve liderança, identificação de oportunidades, bem como o aproveitamento dessas para criar riqueza (GIMENEZ et al, 2000, p.11) para definir empreendedorismo.

Conforme Management Systems International (1989), o empreendedor é o indivíduo que organiza e administra recursos sob a forma de empresa responsável pela própria prestação de contas, não-agrícola, e que assume uma parcela considerável de risco em razão de sua participação no patrimônio líquido da referida empresa.

Para termos uma visão comportamental do empreendedorismo temos que antes de tudo saber que ela teve início com Weber (2003) em sua obra A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo, publicada originalmente em 1947, que definiu indivíduos empreendedores como pessoas inovadoras que possuíam uma importante função de liderança no ambiente organizacional. Weber(2003),identificou um fator valorativo fundamental para a explicação do comportamento empreendedor, isso é, a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que indolência. Com isso, o resultado era maior produtividade, diminuição das despesas e aumento da economia, todos os fatores vitais para o crescimento econômico. Weber (2003) via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes, cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal.

Retomando a questão do enfoque comportamental, uma das maiores referências no campo do empreendedorismo é McClelland (1972) que relaciona empreendedor à necessidade de sucesso, de reconhecimento, de poder e controle. As primeiras pesquisas realizadas por esse autor apresentaram a necessidade de realização do indivíduo como a principal força motivadora do comportamento empreendedor. Essa força significa a vontade humana de se superar e de se distinguir, englobando um conjunto de características psicológicas e comportamentais que compreendem, entre outras, gosto pelo risco moderado, iniciativa e desejo de reconhecimento.

McClelland (1961) e Brockhaus (1980, 1982), em suas pesquisas, identificaram serem as características empreendedores, de um modo geral, função de fatores, como, propensão a correr risco, inovação, postura estratégia e personalidade, entre outros.

Os indivíduos empreendedores, além de inovadores são pessoas criativas, que “imaginam a situação e o cenário no qual trabalharão e um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar suas visões em realidade” (LYN, 1969). Segundo Fillion (1991), o empreendedor, além de criativo, mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio, é a pessoa que se propõe a apreender continuamente e a tomar decisões que objetivam a inovação, definindo e alcançando objetivos.

Em pesquisa realizada por Management Systems International (1999) com o objetivo de identificar competências que pareçam ter alguma correlação com a atividade empreendedora bem sucedida, realizada na Índia, Malawi e Equador, foram apresentadas dez características do comportamento empreendedor: busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

O estudo do empreendedorismo, na visão de Cunningham e Lischeron (1991) está estruturado em torno de seis escolas de pensamento. A do “grande homem” parte do pressuposto de que o empreendedorismo é uma habilidade inata ao ser humano, uma habilidade intuitiva, um sexto sentido; uma composição de traços e instintos que acompanham o indivíduo desde o seu nascimento. A escola das

características psicológicas atribuídos aos empreendedores valores, atitudes e necessidades únicas, que os motivam a aproveitar as oportunidades. A escola clássica reflete o pensamento inicialmente desenvolvido por Schumpeter (1987), apresentando a inovação como a característica central do comportamento empreendedor.

A escola da gestão está centrada no empreendedor como dono de uma empresa ou empreendimento econômico. Na escola da liderança os empreendedores são essencialmente líderes, com a capacidade de adaptar o seu estilo às necessidades das pessoas. Por fim, na escola intra - empreendedorismo as habilidades empreendedoras, bem como a inovação, podem ser úteis dentro do complexo ambiente organizacional.

A tendência mais recente, segundo Management Systems International (1999), nas discussões das variáveis psicológicas que afetam o comportamento empreendedor é dar maior ênfase às características do que aos traços da personalidade. Pesquisas sobre empreendedorismo com foco comportamental, revelam que as características dos empreendedores estão ligadas aos respectivos contextos históricos, fazendo com que se pense empreendedorismo como um fenômeno regional e histórico.

Segundo essa concepção, Fillion (1997) identificou algumas características comportamentais comuns aos empreendedores, como inovação, liderança, criatividade, iniciativa e disposição para correr riscos moderados. Ainda segundo esse autor, o empreendedor é, geralmente, o indivíduo que possui experiência administrativa, capacidade de diferenciar-se da concorrência, intuição, tenacidade, tolera incertezas, usa bem os recursos disponíveis, é imaginativo, orienta-se para resultados, estabelece e cumpre metas, e faz uso de redes de contatos e possuem métodos próprios de aprendizagem.

Drucker (1986) relaciona a capacidade de ser inovador com o empreendedorismo, meio pelo qual o indivíduo explora a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. A inovação, conforme esse autor, é o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. O empreendedor, para Drucker (1986), tenta inovar no presente, guiado pelo mercado, minimizando os riscos, concentrando-se nas oportunidades. A essência da característica empreendedora, ainda para esse autor, está em saber lidar com as

incertezas, vendo a mudança como norma e como sendo sadia, sendo ele mesmo o provocador da mudança.

Mintzberg et al. (2000) ao descreverem as diversas correntes do pensamento estratégico, tratam da Escola Empreendedora, na qual a organização é vista como o terreno no qual o líder realiza suas manobras para obtenção de resultados. As principais características dessa abordagem são a busca ativa de oportunidades, a centralização do poder, a realização de ações ousadas, ou seja, a busca por condições de incerteza, na qual a organização pode obter consideráveis ganhos e o crescimento, caracterizado pela necessidade de realização, como meta dominante.

Na visão de Degen (1989) o melhor recurso para solucionar os problemas sócio-econômicos é a liberação da criatividade dos empreendedores, por meio da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. De acordo com esse autor, sorte, na visão empreendedora, não é fator determinante de sucesso, o qual estaria mais relacionado à aplicação sistemática de técnicas gerenciais em sintonia com os objetivos de desenvolvimento de novos empreendimentos.

Para Degen (1989) existem quatro estratégias empreendedoras em uma organização: identificação de oportunidades, atendimento a uma necessidade específica do mercado, desenvolvimento de um negócio dominante e diversificação.

O empreendedor, diz esse autor, além do conhecimento técnico sobre o produto que pretende oferecer e o mercado no qual atuar, formaliza estratégias e faz uso de ferramentas de planejamento e controle que lhes proporciona uma visão sobre a viabilidade de seus empreendimentos. A criatividade na visão de Degen (1989) desempenha papel importante para o empreendedor, uma vez que ela permitirá as associações que gerarão novos negócios e novos empreendimentos. No que diz respeito à motivação, o autor comenta que a maioria dos empreendedores sente-se motivada pela possibilidade de ganhar muito dinheiro e, em alguns casos, pelo desejo de sair da rotina a que estavam submetidos. Por fim, esse autor apresenta dois outros fatores que considera fundamentais para que um empreendedor inove e comprometa-se com a mudança: o seu preparo, percepção que tem de si mesmo, e o que se reflete na sua autoconfiança e seus interesses, visão de interesses e obrigações da sua vida que pode minar essa autoconfiança.

McDonald (2002) procurou identificar as características que melhor exploram o uso do conhecimento empreendedor, identificando quatro dimensões para esse

conhecimento: atenção às oportunidades do ambiente, conhecimento a respeito dos seus clientes, concorrentes e outros importantes fatores do ambiente externo; análise constante dos dados, importância dada ao estudo das novas opções obtidas em resposta ao que aprendeu; suporte a novos projetos, importância dada ao desenvolvimento de novos projetos e a quantidade de tempo destinada a testes inovações; e tolerância ao risco, desenvolvimento de novas idéias, estimulando as pessoas a dar sugestões e a correr riscos sem medo de consequências pessoais. Outras características são apresentadas por esse autor: orientação para a aprendizagem, por meio do constante estudo do ambiente; visão de futuro, que deve ser compartilhada por todos na organização; elaboração de uma missão organizacional, clara e motivadora; abertura para novas opiniões; e atuação como líder, estando comprometido com a cultura da inovação.

Frese et al. (1996) realizaram estudo baseado nos conceitos de empreendedorismo desenvolvidos por Schumpeter (1988), analisando os traços de personalidade que diferenciam os empreendedores da antiga Alemanha Oriental dos administradores do mesmo local. Identificaram, esses autores, na inovação, capacidade de programar inovações, visão, necessidade de realização, tenacidade e gosto pelo trabalho, os traços de personalidade dos empreendedores. A capacidade de implementar inovações é definida como sendo um alto grau de iniciativa, proatividade, planejamento de longo prazo e capacidade de superação; a necessidade de realização é ligada ao desejo de controle e independência, e a tenacidade é representada pela motivação por reconhecimento.

De acordo com Lalkala (apud BARROS E NETO, 1999), o processo de inovação começa com uma ação concreta de um indivíduo empreendedor, cujos atributos podem ser classificados em quatro conjuntos: desejos, aptidões, temperamento e ativos (suas aptidões e não apenas seu currículo). Para esse autor, a motivação é a pedra angular para o êxito em todos os processos de uma empresa e o desejo não somente representa uma poderosa força motivadora em um empreendimento como, também, ajuda a criar condições necessárias ao sucesso. As aptidões referem-se àquelas habilidades naturais do indivíduo, normalmente associadas às tarefas realizadas com facilidade. O temperamento é um atributo que se refere, principalmente, à forma como são explicitadas as reações diante de situações e de pessoas. Os ativos constituem as experiências, características, áreas

de especialização ou patrimônio que podem prover vantagem do empreendedor sobre outras pessoas; a maioria dos ativos é decorrente do exercício das aptidões, tendo seu valor, cada vez mais, dependente das situações e, por isso, aumenta a necessidade de conhecimento dos comportamentos do cliente para o desenvolvimento de ativos de maior valor.

Souza (2000), por sua vez, ressalta a importância do desenvolvimento de uma consciência para a formação de pessoas disseminadoras da inovação, característica básica para a formação de empreendedores. Além disso, essa autora destaca que a pró-atividade, a criticidade, a criatividade, a liderança, a visão de futuro e a independência são características fundamentais para a formação de empreendedores no mundo moderno.

O empreendedor cria uma empresa, ou então, amplia os negócios de uma já existente. Enquanto que o empresário é aquele que administra e mantém rentável uma firma, sem, necessariamente, inovar e fazê-la crescer. Para Carland et al. (1984), um empresário é um indivíduo que estabelece e gerencia um negócio com o propósito principal de atingir objetivos pessoais. O empreendedor, por sua vez, está mais preocupado em inovar.

Com relação ao perfil empreendedor, Angelo (2003) apresenta cinco elementos fundamentais: criatividade, habilidade de aplicar a criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e a pré-disposição para correr riscos calculados, quebrando regras e encurtando distâncias. Para esse autor, os pequenos negócios de fato empreendedores tendem a crescer aceleradamente.

Na mesma linha, o modelo americano de empreendedorismo, segundo Carland et al. (1997), é definido por três características da personalidade empreendedora: a propensão a assumir riscos, a preferência pela inovação e pela criatividade, e a necessidade de realização.

Ao analisar o fenômeno do empreendedorismo e as empresas de bases tecnológicas, Leite (2000) comenta que os empreendedores possuem mais capacidade de adaptação em decorrência de sua ligação a uma cultura que valoriza a iniciativa, a inovação, o pragmatismo e o individualismo. Além disso, para o autor, a criatividade é condição básica para o processo de inovação desencadeado pelo empreendedor.

Barros e Prates (1996), ao realizarem uma análise sobre o estilo brasileiro de administrar, destacam que dentre as características comuns aos empresários brasileiros que focam as inovações estão a tentativa de evitar conflitos e a flexibilidade vista pela criatividade na busca de soluções engenhosas que possam contornar restrições impostas pelas normas administrativas e técnicas.

Cella (2002) buscou identificar em sua pesquisa, junto aos produtores rurais e pessoal de assistência técnica do Rio Grande do Sul, fatores que descrevem um empreendedor rural bem sucedido, gerando oito fatores: financeiro; planejamento comercial; comunicação e informação; planejamento pessoal; gerenciamento de pessoal; organização da produção; aproveitamento de oportunidades; experiência comercial. Segundo Longenecker, Moore e Petty (1997), os empreendedores podem ser considerados como “heróis populares” dentro do atual ambiente empresarial e por meio da descoberta de oportunidades e da criação de novos negócios, que os empreendedores geram empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Observar o mundo a sua volta, dizem esses autores, permite aos empreendedores encontrar boas oportunidades para a criação de novos negócios.

4.3 Lei Geral Municipal Das Mpes

Sabe-se que a Lei Geral é importante para o município como também para as empresas. É necessário então o gestor publico se atentar para que a lei seja elaborada, aprovada e implementada. Para isso é, preciso se debruçar na construção de um modelo e no exercício de buscar por questões pertinentes e relativas aos capítulos que a Lei Geral prevê. Instituir uma estratégia que permite desenvolver um modelo participativo junto da sociedade civil, pois, se entende que ela em especial, a classe empresarial, saberá contribuir para que a lei municipal seja coerente com a realidade local. O destaque para a classe empresarial é feito porque a legislação atingirá diretamente as empresas, podendo beneficiá-las, ou, por outro lado, prejudicá-las, caso seja mal elaborada. Mas nada impede que outros atores sociais sejam convocados a ajudar.

Aprovada em 14 de dezembro de 2006 através da Lei Complementar nº 123, que estabelece normas gerais relativas às Microempresas e às Empresas de Porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangendo, não só o regime tributário diferenciado (Simples Nacional), como também aspectos relativos às licitações públicas, às relações de trabalho, ao estímulo ao crédito, à capitalização e à inovação, ao acesso à justiça, dentre outros. Isto é, a lei geral municipal propõe que o gestor público seja o facilitador às MPes (micro e pequenas empresas) no seu desenvolvimento e no aumento da competitividade empresarial.

Quando o assunto é desenvolvimento municipal o nome que vem a mente é a conhecida Lei Geral Municipal, já aprovada em aproximadamente 2450 municípios do Brasil, e no Estado de São Paulo, com 329 municípios com a Lei regulamentada e 56 municípios com a lei implantada.

Ao considerarmos que em um município mais de 80% das empresas são as ME (microempresa) ou EPP (empresa de pequeno porte) e, apesar de possuírem uma nomenclatura que as defini e as diferencia das grandes, elas são expressivas no município pelo impacto que elas têm na economia, na arrecadação e na geração de emprego e renda. Com isso podemos considerar que essas são a principal fonte do desenvolvimento de qualquer município, razão pela qual a Lei Geral é a maior conquista das micro e pequenas empresas do Brasil em sua história.

Como expressa no site do Sebrae, a sua historia compreende que: No começo de 2004, o Brasil teve diante de si uma oportunidade decisiva para responder positivamente aos desafios do crescimento econômico, da geração de empregos e da distribuição de renda. Com a promulgação da Reforma Tributária, em 19/12/2003, abriu-se o caminho para o fortalecimento das pequenas empresas, a alternativa mais eficaz para viabilizar a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade.

Agora existe uma Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, estabelecendo e regulamentando os estímulos e incentivos para o setor, como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias.

4.3 As Ações Do Município São Caetano do Sul para Implementar a Lei Geral Municipal das Mpes

1ª Ação - Montar um Comitê Municipal da Micro e Pequena Empresa (Comimpe).

O caminho natural é que o prefeito tome a iniciativa. Primeiro, ele deve articular as instituições que farão parte, fazendo o convite em caráter informal. Uma boa equipe pode ser montada com:

- Representantes do Executivo - técnicos das secretarias municipais de Planejamento, Fazenda e do Desenvolvimento Econômico urbano e rural onde houver;
- Representantes do Legislativo - vereadores com prática em legislar sobre assuntos ligados à atividade econômica;
- Representantes da Sociedade Civil – técnicos ou dirigentes de entidades de representação empresarial e de conselhos municipais e de outras organizações não governamentais com foco na atividade econômica, além de cidadãos com notório conhecimento sobre o tema.

Uma vez aceitos os convites, o prefeito publica um decreto e empossa o comitê. A sugestão é que não possua mais que nove membros titulares, mais seus suplentes. Reuniões com excesso de pessoas tendem a não ser produtivas. Essa primeira etapa pode ser cumprida em menos de 30 dias. O COMIMPE permanece trabalhando mesmo depois de promulgada a lei. No modelo de lei proposto, ele também é criado, pois diversas ações previstas em lei ainda dependerão do mesmo.

2ª Ação - Elaboração do Programa de Trabalho

A primeira missão do comitê é analisar a questão em caráter geral e então montar um programa de trabalho, ou seja, quem fará o que, como e quando. A Lei Geral possui 14 capítulos e 11 temas. A equipe coordenadora pode se dividir em três grupos e cada um ficar responsável por três ou quatro temas. A organização e divisão dos trabalhos podem ser feitas em apenas uma ou duas reuniões objetivas.

3ª Ação - Elaboração da primeira minuta do Projeto de Lei

Cada subgrupo deve ter um prazo para apresentar uma proposta para cada tema que ficou sob sua responsabilidade, já em formato de lei. Depois, o comitê se reúne e debate todos os temas, consolidando todo o material em um único projeto de lei. Nos temas em que não houver consenso, constarão do documento as propostas divergentes e as razões das divergências. Este material deve então ser encaminhado ao prefeito. Para sua perfeita compreensão, devem ser produzidos anexos ao projeto, tantos quantos se fizerem necessários.

4ª Ação - Revisão e encaminhamento do Projeto de Lei à Câmara

Com a proposta elaborada pelo comitê em mãos, cabe ao prefeito revisá-la e adotá-la na íntegra ou em parte. O projeto de lei seria então encaminhado solenemente para tramitação na câmara municipal.

5ª Ação - Aprovação na câmara

Nesta etapa, estão os dois principais desafios: não deixar o projeto perder suas características fundamentais e aprová-lo em tempo compatível com a urgência exigida. Para tal, todos os participantes do comitê, bem como o próprio prefeito e assessores, devem se dedicar à questão. A palavra de ordem é articular.

6ª Ação - Promulgar a lei e editar os decretos complementares necessários

De forma geral, a lei ainda exigirá alguns decretos complementares. Um modelo para cada um deles deverá ser elaborado e encaminhado ao prefeito pelo comitê, junto com a lei aprovada. Caberá ao executivo municipal promulgar a lei e publicar os decretos devidamente revisados.

7ª Ação - Divulgar a lei na sociedade

A publicidade da nova lei é muito importante para produzir os efeitos necessários o mais breve possível. Todos os itens de aplicação imediata já podem ser divulgados e executados.

8ª Ação - Cumprir as determinações da lei

A Lei Geral exige do poder público local ações complementares de diversas naturezas. Ao longo dos meses subsequentes deverão se realizados trabalhos de desburocratização, mudanças de rotinas nas aquisições públicas, implantação de novos serviços e programas, dentre outros. O comitê pode e deve continuar coordenando esses trabalhos mais específicos, garantido que todos sejam executados na forma e prazos previstos em lei. Mais do que isso, deve articular com os governos, federal e estadual, viabilizando a vinda para o município de seus programas e recursos com foco no desenvolvimento econômico e nas micro e pequenas empresas.

9ª Passo - Divulgar os novos benefícios e serviços

À medida que forem sendo implantados seus capítulos, os novos benefícios e serviços devem ser divulgados à população, permitindo que todos conheçam as novas oportunidades, facilidades e vantagens de se empreender naquela localidade.

10ª Passo - Monitoramento contínuo

O último e fundamental passo é implantar um sistema de monitoramento contínuo de eficiência e eficácia dos benefícios, serviços e programas implantados. Dificilmente todos funcionarão como o previsto, exigindo que ao longo do tempo sejam aperfeiçoados até alcançarem as metas para as quais foram criados. Esse papel pode ser dividido entre todas as instituições que compuseram o Comitê da Lei Geral. Como expressa no site do Sebrae, a sua historia compreende que:

No começo de 2004, o Brasil teve diante de si uma oportunidade decisiva para responder positivamente aos desafios do crescimento econômico, da geração de empregos e da distribuição de renda. Com a promulgação da Reforma Tributária, em 19/12/2003, abriu-se o caminho para o fortalecimento das pequenas empresas, a alternativa mais eficaz para viabilizar a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade. Agora existe uma Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, estabelecendo e regulamentando os estímulos e incentivos para o setor, como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento

de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Neste estudo procurou-se identificar, características que estão associadas aos conceitos de indivíduo empreendedor e de empreendedorismo, focando no desenvolvimento de pequenas empresas, categoria fundamental da vida econômica e social das nações. Analisaram-se vários textos e de autores que sustentam essas características, bem como a representação social que os diferentes autores estudados fazem do fenômeno empreendedorismo. Ressalta-se que, essas características podem se estender a vários tipos de empreendedores, como aquele que necessita iniciar seu próprio negócio para exercer seu ofício; aquele que deseja se associar a comercialização de um novo produto ou de um processo inovador; aquele que está no estágio de oferecer de comprar um empreendimento em resposta a uma oportunidade, e aquele que é empregado ou que deseja começar seu próprio negócio, motivado pela liberdade, independência, ou outros valores que um empreendimento torna possível.

Alguns estudiosos apontam um tipo especial de indivíduo empreendedor, o que se torna empreendedor por necessidade, representado pela pessoa que desenvolve atividades, geralmente de natureza informal, por não encontrar melhores opções de trabalho no mercado formal.

Na visão de economistas o empreendedor é visto como motor do sistema econômico, percebendo, segundo Schumpeter a essência do empreendedorismo no aproveitamento de novas oportunidades de negócios, associando empreendedorismo à inovação. Autores como McClelland sugerem que fatores sociais e ambientais estão vinculados às características empreendedoras. Empreendedores são o reflexo do ambiente em que vivem, estão vinculados ao momento histórico de suas vidas. Finalizando, uma das conclusões que podem ser tiradas deste texto é que ser empreendedor não é uma profissão. O comportamento do indivíduo empreendedor é influenciado pelo contexto e momento histórico, por seus valores e conduta, o que pode representar uma capacidade de adaptar-se às mudanças em seu meio econômico, despender esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo idéias originais. Isso pode se traduzir por criatividade, busca de oportunidade, correr risco e

de uma forma global inovação. O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar a característica da inovação, e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real, sendo esse ator persistente e criativo para enfrentar as reações do contexto social e da cultura nos quais se insere. O empreendedor aparece em destaque no momento em que novas situações aparecem, novas decisões são tomadas e novos rumos são escolhidos.

O poder público é o grande ator capaz de integrar esforços entre aqueles que desejam sair da informalidade ou melhorarem seu desenvolvimento na comercialização. A importância está exatamente aí. No momento em que prefeitos priorizam a agenda do desenvolvimento, vendo na Lei Geral uma oportunidade de aliviar a pressão dos problemas de saúde, educação, segurança e infraestrutura, que são os problemas comuns a todos eles. Dessa maneira o trabalho apresentado tem o objetivo mostrar que o gestor público e a pequena empresa devem ser parceiras, promovendo o desenvolvimento de modo colaborativo, buscando cada um em sua esfera ativar o desenvolvimento a partir de sua realidade e com isso a prioridade às MPEs ser uma constante na agenda dos prefeitos.

É preciso estar ciente que a realidade econômica no município é micro e pequenas empresas, pois são essas que geram riquezas e estimulam a criação de novos negócios. Nas pesquisas, materializa-se a importância do que a Lei Geral proporciona quando implantada.

E quando o gestor público – Prefeito – reconhece essa necessidade, manifestando respostas positivas e criando um ambiente favorável, não há como impedir que este município se torne mais produtivo, mais rentável, com mais qualidade de vida, com pessoas mais felizes com pessoas mais otimistas que enxergam um futuro promissor e de resultados mais concretos.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho foi resultado de uma investigação sobre como o empreendedorismo está inserido nas pequenas e grandes cidades com potencial para desenvolver um comportamento no indivíduo de empreendedor influenciado pelo contexto e momento histórico.

Com sabemos o indivíduo está envolvido com seus valores e condutas que podem representar uma capacidade de adaptar-se a mudanças em sua rotina econômica e fazer com que despenda de um esforço para conseguir soluções próprias em criatividade, entusiasmo, busca de oportunidade, correr risco e inovar em todo o processo de conquista por uma condição melhor.

O trabalho resumir um fato importante, que é mostrar que o empreendedor destaca-se quando novas situações aparecem, novas decisões são tomadas e novos rumos são escolhidos para entender que ser empreendedor não ter uma nova profissão mas sim um novo comportamento.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT), **NBR-14724**. Informação e documentação: formatação de trabalhos acadêmicos. Rio de Janeiro, (jan/2006).

DRUCKER, P.F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

FILION, L.J. **O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. Revista de Administração de Empresas, v.31, nº 3, jul-set,1991.

MEZZA, Maria Lucia Figueiredo Gomes. **Empreendedorismo Público: Discutindo seus níveis de análise**²³. Trabalho desenvolvido a partir dos estudos de KIEIN, Peter G; MAHONEY, Joseph T; MCGAHAN, Anita M. PITELIS, Chistos . Toward a theoryofpublicentrepreneurship. European Management Review, PP,1-15,2010.

MOTTA, P. Roberto. **A Ciência e a Arte de ser Dirigente**. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SCHUMPETER, J. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O Desenvolvimento Municipal Saiu do Papel**. Brasília: Sebrae; Plano Mídia, 2011. 276p.: Il.;color.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Políticas Públicas Municipais de apoio às micro e pequenas empresas/ [organização Ricardo W.Caldas e Silveiro Crestana]**.—1 ed. – São Paulo: SEBRAE, 2005.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Razões para ter a Lei Geral**.Disponível em http://www.fecomerciomg.org.br/downloads/artigo_pdf_780.pdf

SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 4. 2005. Curitiba. Anais... Curitiba, 2005, p.134-146.

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para elaboração de trabalhos acadêmicos**. Comissão de Normalização de Trabalhos Acadêmicos. Curitiba: UTFPR, 2008. 122p.