

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
- MESTRADO E DOUTORADO -
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Carine Raquel Backes Dörr

**O AMBIENTE EMPREENDEDOR E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL NA
REGIÃO DO VALE DO PARANHANA/RS**

Santa Cruz do Sul
2013

Carine Raquel Backes Dörr

**O AMBIENTE EMPREENDEDOR E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL NA
REGIÃO DO VALE DO PARANHANA/RS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Rogério Leandro Lima da Silveira

Santa Cruz do Sul

2013

Carine Raquel Backes Dörr

**O AMBIENTE EMPREENDEDOR E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL NA
REGIÃO DO VALE DO PARANHANA/RS**

Esta Dissertação foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Dr. Rogério Leandro Lima da Silveira
Professor Orientador – PPGDR - UNISC

Dra. Christine da Silva Schroeder
Professora examinadora PPGDR- UNISC

Dr. Milton Luiz Wittmann
Professor examinador PPGA - UFSM

Santa Cruz do Sul

2013

AGRADECIMENTOS

Demonstrar sentimentos e sensações em um texto objetivo é algo, para mim, muito difícil, mais ainda quando o que se tem a expressar é um sentimento de gratidão e felicidade.

Chegar até aqui é uma conquista que precisa ser dividida com muitas pessoas, pois tenho certeza de que sozinha não chegaria nem à metade do caminho.

Foram tantos os momentos, os eventos e os convívios acrescidos e entendidos que todos os agradecimentos serão poucos e pequenos.

Agradeço muito...

Aos professores e funcionários do PPGDR, que sempre deram todo o apoio necessário;

Aos colegas de Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento Regional pelo convívio, ajuda e amizade;

Aos empresários, instituições e profissionais do Vale do Paranhana que acreditaram na minha pesquisa e deram todo o suporte de que eu precisava;

Aos meus colegas de trabalho que, muitas vezes, fizeram a minha parte;

À prof^a. Raquel Backes e Gabriela Lamberty pelo trabalho desenvolvido e enorme paciência;

Ao querido professor Rogério da Silveira pela orientação, dedicação, respeito e conforto, o que me fez sentir amparada nos momentos de dificuldade;

Aos meus amigos e familiares, que compreenderam os momentos de ausência e me estenderam a mão em momentos difíceis, pois vocês são especiais!

Aos meus fiéis hospitaleiros tios, que me acolheram com carinho e atenção: mais do que eu merecia;

Aos meus amados pais, Delmar Henrique Backes e Raquel Backes, que incentivaram minha caminhada e sempre mostraram o caminho certo, dando exemplo desde a infância e investindo no meu crescimento. Não há palavras que sejam capazes de expressar-lhes minha gratidão!

Mas nada disso seria possível sem a ajuda e a compreensão dos meus amores Henrique, Amanda e Aléxia, que convivem diariamente comigo (me aguentam) e que amo incondicionalmente... Vocês são “demais”!

Bom, já sei, gurias... Serei cobrada por esquecer a Puka!

Então: agradeço à Puka (nossa cachorrinha) pela companhia nas noites em claro e pelas recepções sempre alegres e calorosas.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o ambiente empreendedor onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região do Vale do Paranhana/RS (VP). Podem-se citar como componentes do ambiente empreendedor, entre outros, as instituições públicas de regulação e apoio aos empreendedores e empresas, a estrutura setorial que dá suporte às demais empresas, a mão de obra disponível e utilizada, as organizações de cooperação ao empreendedorismo e às empresas e a cultura empresarial existente na região. A criação de novas empresas e organizações não pode ser realizada fora da sociedade que as impulsiona, e a permanência e o desenvolvimento dessas dependem da capacidade da região em sustentar suas criações, sendo esse o motivo da necessidade de se analisar o ambiente empreendedor da região do VP. Trata-se de um estudo de caso onde, para analisar a organização e o desenvolvimento do ambiente empreendedor das micro e pequenas empresas na região do Vale do Paranhana e as relações existentes entre esse ambiente e os micro e pequenos empresários da região, foram consideradas as atividades desenvolvidas pelos agentes de fomento ao empreendedorismo na região do VP entre os anos de 2001 e 2011 e selecionadas as instituições com maior representatividade regional. A relação dos micro e pequenos empresários com o ambiente empreendedor foi analisada com base na demanda do empresariado quanto às informações, benefícios e programas de capacitação e gestão oferecidos pelo ambiente, utilizando como meio o questionário estruturado. A pesquisa foi realizada entre outubro de 2012 e março de 2013 e identificou as organizações e agentes empreendedores relevantes para o sucesso do ambiente empreendedor da região do VP, bem como fatores que devem ser aprofundados como forma de buscar o desenvolvimento da região.

Palavras-chave: empreendedorismo, ambiente empreendedor, desenvolvimento regional, Vale do Paranhana/RS.

ABSTRACT

The present study has as main objective to analyze the entrepreneur environment where the micro and small regions of the Paranhana Valley/RS (VP) are inserted. We can mention as components of the entrepreneur environment, among others, the public institutions of regulation and support to the entrepreneurs and companies, the sector structure which offers support for other companies, the available and the used manpower, the organizations of cooperation to the entrepreneurship and to the companies, and the entrepreneur culture of the region. The creation of new companies and organizations doesn't exist out of the society that propels them, and the abundance and development of the aforementioned depend on the capacity of the region in maintaining their creations, which is why there is the necessity of analyzing the entrepreneur environment of the VP region. It's a case study that aims the analysis of the organization and development of the entrepreneur environment in micro and small companies in the region of the Paranhana Valley, and the relations which exist between this environment and the micro and small businessmen in the region, we took into consideration the activities done by the promoting agents with the entrepreneurship of the VP region between the years of 2001 and 2011, and selected the institutions with the most important representativeness in the region. The relation of the micro and small businessmen with the entrepreneur environment was analyzed taking into account the demand of the business community in what refers to information, benefits and programs of capacity and management offered by the environment – a structured quiz was used for that. The research was held between October, 2012 and March, 2013, and it identified the organizations and entrepreneur agents relevant to the success of the entrepreneur environment of the VP region, as well as the factors that must be deepened as a way to reach the development of the region.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur environment, regional development, Paranhana Valley/RS.

LISTA DE GRÁFICOS

1	Município de localização da empresa.....	94
2	Ramo da empresa.....	96
3	Data de fundação da empresa x ramo da empresa.....	97
4	Tamanho da empresa.....	98
5	Grau de instrução.....	99
6	Idade do empreendedor.....	100
7	Onde obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio?.	104
8	Atualização empresarial nos últimos 12 meses.....	106
9	Atualização empresarial x setor.....	108
10	Aperfeiçoamento empresarial x Setor.....	113
11	Aperfeiçoamento empresarial x grau de instrução.....	115
12	Aperfeiçoamento empresarial x categoria.....	116
13	Aperfeiçoamento empresarial.....	117
14	Fatores necessários para gerar inovação.....	119
15	Fatores necessários para gerar inovação x grau de instrução.....	122

LISTA DE TABELAS

1	Número de empresas por município.....	18
2	As diferentes abordagens do empreendedorismo.....	32
3	Dados gerais dos municípios do Vale do Paranhana.....	55
4	Vale do Paranhana: crescimento e movimentação populacional – 1970 a 1980.....	57
5	Vale do Paranhana: crescimento e movimentação populacional – 1990 a 2010.....	57
6	Idese geral e por indicador dos municípios do Vale do Paranhana.....	58
7	Educação no VP em 2012.....	58
8	Distribuição das matrículas no VP em 2012.....	59
9	Distribuição de empresas privadas do VP e de empregados formais de acordo com o porte das empresas – 2011.....	60
10	Distribuição das empresas privadas por setor nos municípios do Vale do Paranhana – 2011.....	61
11	Distribuição das empresas privadas por setor, município e tamanho – 2011.....	62
12	Distribuição dos empregos formais por setor de atividade no VP em 2011.....	62
13	Município de localização da empresa.....	94
14	Tempo de existência da empresa.....	95
15	Ramo da empresa.....	95
16	Data de fundação da empresa x ramo da empresa.....	96
17	Empregados registrados.....	97
18	Tamanho da empresa.....	97
19	Grau de instrução.....	98
20	Grau de instrução x município de localização da empresa.....	99
21	Grau de instrução x tamanho da empresa.....	100
22	Idade do empreendedor.....	100
23	Idade do empreendedor x grau de instrução.....	101
24	Atividade de simulação empresarial.....	102
25	Indicação das atividades de simulação empresarial.....	102
26	Onde obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio?.....	104
27	Outras fontes de informações sobre o mercado e exigências legais do negócio.....	105
28	Atualização empresarial nos últimos 12 meses.....	106
29	Atualização empresarial x setor – Análise por linha.....	107
30	Atualização empresarial x setor – Análise por coluna.....	108
31	Sua empresa se mantém atualizada x porte da empresa - Análise por Coluna.....	109
32	Instituições de ensino fora da região do VP.....	109
33	Cursos realizados em instituições da região do VP.....	110
34	Instituições onde os funcionários estudam.....	111
35	Aperfeiçoamento empresarial nos últimos 12 meses.....	112
36	Aperfeiçoamento empresarial x setor – Análise por linha.....	113
37	Aperfeiçoamento empresarial x grau de instrução.....	114
38	Aperfeiçoamento empresarial x categoria.....	115
39	Motivos do aperfeiçoamento empresarial.....	116
40	Fatores necessários para gerar inovação.....	118

41	Fatores necessários para gerar inovação x categoria.....	120
42	Fatores necessários para gerar inovação x grau de instrução.....	121
43	Informações sobre projetos e programas de auxílio ao empreendedor.....	123
44	Projetos e programas utilizados.....	124
45	Por que não busca informações sobre projetos, programas e benefícios?...	125
46	Outros motivos pelos quais não buscam informações sobre projetos e benefícios.....	125
47	ACI (Associação Comercial e Industrial).....	126
48	Como participa ou utiliza a ACI.....	126
49	Agenda Paranhana 2020.....	127
50	Como participa da Agenda Paranhana 2020.....	127
51	CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas).....	127
52	Como participa do CDL.....	128
53	CICS-VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana).....	128
54	Como participa da CICS – VP.....	129
55	Corede Paranhana Encosta da Serra.....	129
56	FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara.....	130
57	Como participa da Faccat.....	130
58	SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).....	131
59	Como participa do SEBRAE.....	131
60	SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial).....	132
61	Como participa do SENAC.....	132
62	SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial).....	132
63	Como participa do SENAI.....	133
64	Sindicato.....	133
65	Como participa do Sindicato.....	133
66	PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora).....	134
67	Como participa do PEIEX.....	134
68	Sugestões sobre o ambiente empreendedor do VP.....	135

LISTA DE QUADROS

1 Seis eixos-chave na definição de empreendedorismo e seus respectivos autores.....	26
2 Características dos empreendedores de sucesso.....	29
3 Grupos de atores que afetam o dinamismo do meio.....	38
4 Atual Diretoria da CICS VP (2010-2014).....	68

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACI	Associação Comercial e Industrial
ACIT	Associação Comercial de Taquara
AGDI	Projeto Extensão Produtiva e Inovação em convênio com o Governo do Estado e Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção de Investimento
AGECOM	Agência Experimental de Comunicação
AGRP	Agropecuária
ApexBrasil	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APLs	Arranjos Produtivos Locais
BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CEEO	Faculdade Tecnológica Dental
CESEP	Centro de Serviços em Psicologia
CICSVP	Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana
CNC	Confederação Nacional do Comércio
CNI	Confederação Nacional da Indústria
Corede-PES	Corede Paranhana Encosta da Serra
DAER	Departamento Autônomo de Estradas de Rodagem
EJ FACCAT	Empresa Júnior da FACCAT
EMTEC	Escola Móvel de Tecnologia
FACCAT	Faculdades Integradas de Taquara
FAPESP	Fundação de amparo à pesquisa do estado de São Paulo
Fecomércio-RS	Federação do Comércio de Bens e Serviços do Rio Grande do Sul
FEE	Fundação de Economia e Estatística
FEEIN	Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste
FEEVALE	Federação de Estabelecimento de Ensino Superior Novo Hamburgo
FINEP	Financiadora de estudos e projetos
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Idese	Índice de Desenvolvimento Socioeconômico
IEL	<i>Instituto Euvaldo Lodi</i>
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MPE	Micro e pequena empresa
P&D	Pesquisa e desenvolvimento
PDCA	Plan, Do, Check, Action
PEIEX	Projeto Extensão Industrial Exportadora
PIB	Produto Interno Bruto
PIB	Produto Interno Bruto
PIBID	Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SENAT	Serviço Nacional de Aprendizagem em Transportes

SESCOOP	Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
SESI	Serviço Social da Indústria
SEST	Serviço Social de Transportes
SICC	Salão Internacional do Couro e do Calçado
SINDILOJAS VP	Sindicato do Comércio Varejista do Vale do Paranhana
SPC Brasil	Serviço de Proteção ao Crédito
UNIDERP	Universidade Anhanguera
UNISINOS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos
VAB	Valor Adicionado Bruto
VP	Vale do Paranhana

Freq.	frequencia
hab/km ²	habitantes por quilometro quadrado
Km ²	quilometro quadrado
N ^o	número
Obs.	observações
Peq.	pequena
Qte.Cit.	quantidade de citações

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
2	A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO E DE AMBIENTES EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL.....	25
2.1	Empreendedorismo e o ambiente empreendedor.....	25
2.2	O papel do empreendedorismo no desenvolvimento regional.....	41
3	O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO AMBIENTE EMPREENDEDOR NA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA.....	48
3.1	O território, a região e o desenvolvimento regional.....	48
3.2	A Região do Vale do Paranhana.....	53
3.2.1	Educação nos municípios do Vale do Paranhana.....	58
3.2.2	Economia dos municípios.....	60
3.3	Principais agentes do ambiente empreendedor.....	65
3.3.1	Corede Paranhana encosta da Serra – Corede-Pes.....	65
3.3.2	Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana – CICS VP.....	67
3.3.3	Agenda Estratégica do Paranhana 2020.....	70
3.3.4	Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT).....	71
3.3.5	Projeto de Extensão Industrial Exportadora (PEIEX).....	75
3.3.6	Câmara dos Dirigentes Lojistas de Igrejinha e Três Coroas (CDL).....	77
3.3.7	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).....	78
3.3.8	Sindicato do Comércio Varejista do Vale do Paranhana (SINDILOJAS VP).....	82
3.4	O ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana sob a ótica dos agentes de fomento ao empreendedorismo.....	84
4	A RELAÇÃO DOS EMPREENDEDORES COM O AMBIENTE DA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA.....	93
4.1	A relação dos proprietários de micro e pequenas empresas com o ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana.....	93
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	137
	REFERÊNCIAS.....	143
	APÊNDICE 1 - ENTREVISTA COM OS AGENTES DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO.....	150
	APÊNDICE 2 - PESQUISA SOBRE O AMBIENTE EMPREENDEDOR DA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA.....	152

1 INTRODUÇÃO

Ao eleger o tema para a presente dissertação, buscou-se um objeto que, através da relação entre teoria e prática, tornasse possível a obtenção de dados e informações que servissem como base para novos estudos e análises, tomada de decisão, ou ainda para futuras ações que visem ao desenvolvimento da região estudada.

O tema empreendedorismo apresenta relevância no contexto do desenvolvimento de uma região no que diz respeito a forma de como a sociedade se organiza. As ações empreendedoras estão relacionadas a atitudes como: iniciativa, pro-atividade, criatividade e inovação. Tais atitudes refletem na forma que a sociedade se reconhece e reconhece seu território, além de sua estrutura empresarial que fornece bens e presta serviços para satisfazer as necessidades de uma região.

Dessa maneira, a análise da constituição do ambiente empreendedor de uma região pode auxiliar na compreensão das possibilidades de desenvolvimento e alternativas para valorização de potencialidades, bem como indicar possíveis ações em busca do bem comum.

Para isso, algumas análises se fazem necessárias, dentre as quais pode-se citar a relevância do empreendedorismo para uma região e o conceito de desenvolvimento regional.

O acúmulo de problemas e desigualdades sociais, superpopulação das cidades, concentração de renda, exploração dos recursos naturais, exclusão social, pobreza, violência, dificuldades na gestão de recursos públicos, enfraquecimento de princípios éticos e baixo nível de escolaridade da população somado ao fator qualidade na educação são, conforme Silva (2006, p. 123), fatores que impedem o desenvolvimento “equitativo, sustentado e participativo das gerações presentes e futuras”.

Para o desenvolvimento de uma região, independentemente dos critérios utilizados para sua delimitação, percebe-se que é de fundamental importância a presença de instituições e organizações que possibilitem a comunidade reunir-se e coletivamente buscar soluções adequadas aos seus problemas e melhorias para seu desenvolvimento.

A busca pela redução de desigualdades sociais, pela qualidade de vida e pelo bem-estar é constante e o homem, por sua natureza social, poderá entrar em contato com outros para fazer parte de organismos que possam solucionar seus problemas e satisfazer suas necessidades.

Mas essa iniciativa e capacidade de busca dependerão de diversos fatores, internos e externos, que poderão influenciar o sucesso ou insucesso dessas organizações: educação, cultura, tecnologia, capital social, entre outros passíveis de serem particularmente analisados, todos desempenhando papel relevante nas condições de mudança em direção ao desenvolvimento.

Esses fatores são formadores de um ambiente local ou regional, que é constituído pela sociedade e que está em constante mudança, onde as diversas organizações estão inseridas, ou seja, forma-se um sistema aberto complexo.

Dentro desse ambiente, há a presença das organizações com fins lucrativos que proporcionam condição de trabalho para a sociedade, distribuição de renda e satisfação de necessidades através da entrega de produtos e prestação de serviços necessários para o conforto e bem-estar social.

Percebe-se, ainda, nas organizações de pequeno porte, que estão inseridas nesse ambiente, a possibilidade de desconcentração de renda, de desenvolvimento econômico e de melhoria da qualidade de vida de uma parcela maior da sociedade. Isso pressupõe a necessidade de investimentos no ambiente empreendedor para o fomento às micro e pequenas empresas e o seu desenvolvimento.

Para desenvolver um ambiente empreendedor, as regiões precisam de pessoas que reconheçam as oportunidades de negócio e percebam que têm as habilidades necessárias para explorá-las. Precisam também de uma sociedade com atitudes positivas perante o empreendedorismo, o que aumenta a possibilidade de gerar uma rede de apoio e benefícios relevantes para aqueles que já são empreendedores ou ainda para os que desejam iniciar um negócio (GEM, 2009).

A orientação empreendedora é um modo de gestão caracterizado pela autonomia, pela capacidade de assumir riscos, capacidade de inovar, capacidade de agir de forma proativa e competitiva. Assim, a existência de uma elevada orientação empreendedora no modo de gestão da empresa pode ser um fator decisivo para a sua capacidade de identificar e explorar, com eficiência e eficácia, as oportunidades em ambientes favoráveis ou desfavoráveis, aproveitar os benefícios de um ambiente favorável e enfrentar e vencer os obstáculos de um ambiente hostil. Em síntese, a

orientação empreendedora pode ser um recurso estratégico essencial para o sucesso das empresas, especialmente das novas empresas, onde os recursos físicos e financeiros são ainda escassos.

Com as crescentes exigências que as empresas sofrem no que se refere à produtividade e à competitividade, como a abertura de suas economias, torna-se necessária a criação de um ambiente que permita introduzir as inovações tecnológicas necessárias no contexto empresarial. No entanto, é essencial a interação entre o setor privado e a administração pública com os demais atores buscando assegurar a modernização produtiva e empresarial da região, bem como a qualidade de vida da população (MALLMANN, 2008).

Para Mallmann (2008, p. 77), “o sucesso empresarial não depende apenas do talento e da capacitação do empresário, depende também da criação e da manutenção de um ambiente favorável ao seu desenvolvimento”, pois, para que as micro e pequenas empresas (MPEs) sejam competitivas e sustentáveis numa economia aberta, é necessário constituir ambientes de parceria, de cooperação e de integração.

Esse ambiente de cooperação deve vir da iniciativa pública e privada que o transforma em um ambiente empreendedor que, conforme Oliveira (2011, p. 6), “é entendido como a conjunção de fatores sociais, psicológicos, políticos e econômicos, que juntos estimulam a ação empreendedora”.

Conforme o autor, o empreendedorismo e o nível da atividade empreendedora resultam de um processo dinâmico onde o ambiente social é tão importante quanto os fatores econômicos e legais.

Segundo Dolabela (1999), o desempenho das MPEs passa também por uma questão relevante: no ensino profissionalizante e universitário, ainda predomina a cultura da “grande empresa”, os cursos de administração ainda são voltados para o gerenciamento de grandes empresas e são necessárias mudanças dos paradigmas, uma conscientização do que realmente é importante para o desenvolvimento da região.

A capacidade técnica de gerenciar um negócio é um dos pré-requisitos para a sustentabilidade das MPEs e, sem ser único, o conhecimento aplicável sobre gestão (competência gerencial) ainda é a melhor ferramenta para o empreendedor.

Nesse sentido é que se analisa o ambiente empreendedor onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região do Vale do Paranhana (VP),

identificando as possibilidades de qualificação empresarial e profissional, as parcerias, os incentivos e as ofertas para a capacitação empresarial, possibilitando a inovação, o crescimento e o desenvolvimento empresarial.

Para verificar esses fatores, são identificados e analisados os principais agentes de fomento empreendedor e o perfil e a percepção dos empresários com relação às ações estudadas.

A região do VP está contida no Corede Paranhana Encosta da Serra (Corede-PES) e é constituída pelos municípios de Igrejinha, Parobé, Riozinho, Rolante, Taquara e Três Coroas (PARANHANA, 2012). Tem uma extensão 1.424,7 km² com uma população total de 186.791 habitantes, resultando na densidade demográfica de 174,02 hab/km² (FEE, 2011).

A região do VP possuía, em 2011, 11.087 empresas privadas ativas, distribuídas conforme a tabela 1, que empregavam 53.004 pessoas. Dessas empresas, 10.480 eram micro e 527 pequenas empresas, totalizando 11.007 entre micro e pequenas empresas na região, o que representava 99,28% das empresas privadas da região do VP. Tais empresas empregavam 30.422 pessoas, representando 57,4% dos empregos formais (RAIS, 2011).

Tabela 1 – Número de empresas por município

Município	Total de empresas privadas	%
Igrejinha	2.326	20,98%
Parobé	2.236	20,17%
Riozinho	177	1,60%
Rolante	1.003	9,05%
Taquara	3.405	30,71%
Três Coroas	1.940	17,50%
Total	11.087	100%

Fonte: RAIS (2011), adaptada pela autora.

As empresas são as grandes responsáveis pela distribuição de renda para uma população, e o nascimento, manutenção e crescimento das empresas podem impactar positivamente na melhor distribuição de renda e melhoria da qualidade de vida.

Conforme pesquisa do SEBRAE (2011), é criado no Brasil cerca de 1,2 milhão de novos empreendimentos ao ano, sendo destes 99% micro e pequenas empresas, responsáveis por mais de 50% dos empregos formais no Brasil.

Com relação à sobrevivência das empresas, o SEBRAE, utilizando os dados da Secretaria da Receita Federal, identificou as taxas de sobrevivência e mortalidade das empresas no Brasil e nos Estados. No Estado do Rio Grande do Sul, das empresas constituídas em 2006, 72,9% sobreviveram aos 2 primeiros anos de vida, apresentando uma taxa de mortalidade de 27,1%. Das empresas constituídas em 2005, 28,7% morreram antes de completar os 2 anos de vida, ou seja, houve uma redução de 1,6% no índice de mortalidade empresarial entre os anos de 2007 e 2008. Na média nacional, a taxa de sobrevivência das empresas constituídas em 2006 foi de 73,1% e, das empresas constituídas em 2005, a taxa de sobrevivência foi de 71,9%, ou seja, uma redução de 1,20% na taxa de mortalidade empresarial nacional.

Quando calculada a taxa de mortalidade empresarial após 5 anos de sua fundação, tanto no Brasil quanto no Rio Grande do Sul, verifica-se que a taxa é superior a 50%, ou seja, menos da metade das empresas sobrevive aos 5 anos de vida. As deficiências na gestão e no planejamento financeiro são as principais causas da mortalidade (SEBRAE, 2011).

Conforme dados do *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2008), 90% dos empreendedores, dos envolvidos na tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, não participaram da educação formal ou informal de atividades relacionadas à abertura de negócios. E, em estudo realizado em 2012, 43,5% dos brasileiros desejavam ter seu próprio negócio, contra 24,7% que pretendiam fazer carreira em organizações (GEM, 2012).

Os dados citados anteriormente indicam a tendência empreendedora do brasileiro, mas apresentam também que há fragilidades no processo empresarial.

Tais fragilidades precisam ser estudadas e, entendendo-se que as micro e pequenas empresas são importantes para o desenvolvimento de uma região, deve haver um planejamento regional para a constituição, o fomento e o desenvolvimento de um ambiente empreendedor favorável a essas empresas.

Assim, percebe-se a necessidade de se analisar e compreender esta questão: Como se constitui o ambiente empreendedor na região do Vale do Paranhana para o fomento e desenvolvimento das micro e pequenas empresas? Eis a problemática central desta dissertação.

Para que a problemática fosse respondida, a presente pesquisa teve como objetivo geral: analisar as características do ambiente empreendedor para a criação e desenvolvimento de micro e pequenas empresas na região do Vale do Paranhana.

Os objetivos específicos foram:

- a) Identificar os principais agentes de fomento ao empreendedorismo presentes na região do Vale do Paranhana;
- b) Verificar como os proprietários de micro e pequenas empresas avaliam o ambiente empreendedor da região;
- c) Verificar a interação entre micro e pequenas empresas e o ambiente empreendedor na região pesquisada.

Para analisar a organização e desenvolvimento do ambiente empreendedor das micro e pequenas empresas na região do Vale do Paranhana e as relações existentes entre esse ambiente e os micro e pequenos empresários da região, foram consideradas as atividades desenvolvidas pelos agentes de fomento ao empreendedorismo na região entre os anos de 2001 e 2011 e selecionadas as instituições com maior representatividade regional, indicadas a partir da técnica de pesquisa qualitativa Bola de Neve (*Snowball*¹).

A primeira instituição pesquisada foi o Corede Paranhana Encosta da Serra (Corede-PES) através de uma entrevista semiestruturada com o representante da instituição, que indicou outras instituições e as indicações seguiram nas entrevistas subsequentes até a sua saturação.

Assim, as instituições pesquisadas foram o Corede Paranhana Encosta da Serra (Corede-PES), as Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT) - instituição de ensino superior na região, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o PEIEX (Projeto Extensão Industrial Exportadora), o CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), a CICS VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana), a ACI (Associação Comercial e Industrial), a Agenda Paranhana 2020 e o Sindilojas (Sindicato do Comércio Varejista do Vale do Paranhana), representando os sindicatos da região.

¹ O método de Bola de Neve é uma técnica de pesquisa qualitativa pela qual o conjunto de informantes é indicado por informantes iniciais, através dos quais os dados são coletados até o ponto de "saturação", quando novas informações e indicações não são mais adquiridas (BERNARD, 2005).

Além das instituições pesquisadas, incluíram-se, por indicação dos empresários, as instituições SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) e SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial).

A relação dos micro e pequenos empresários com o ambiente empreendedor foi analisada com base na demanda do empresariado quanto às informações, benefícios e programas de capacitação e gestão oferecidos pelo ambiente.

Por se tratar de ano eleitoral, com a troca das lideranças municipais, optou-se por avaliar a relação da administração municipal com o ambiente empreendedor por meio dos empresários.

A pesquisa concentrou-se no estudo do ambiente onde estão inseridas as micro e pequenas empresas (MPEs) da região do Vale do Paranhana e na relação entre eles – ambiente/empresas, caracterizando-se como um estudo de caso.

As MPE foram identificadas com base no critério de classificação das empresas pelo número de empregados, classificação proposta pelo SEBRAE (2011), sendo 1) microempresas: na indústria, na construção civil e na agricultura – até 19 empregados e no comércio e serviços – até 9 empregados; 2) pequena empresa: na indústria, construção civil e agricultura – de 20 a 99 empregados e no comércio e serviços – de 10 a 49 empregados.

Dentre os métodos de abordagem teórica utilizados nas ciências sociais, o presente estudo baseia-se nos métodos da dialética e da abordagem sistêmica.

O método da dialética considera a historicidade dos processos sociais e dos conceitos e foi utilizado porque “junta a proposta de analisar os contextos históricos, as determinações socioeconômicas dos fenômenos, as relações sociais de produção e de dominação com a compreensão das representações sociais. [...] A dialética trabalha com a valorização das quantidades e da qualidade, com as contradições intrínsecas às ações e realizações humanas e com o movimento perene entre parte e todo e interioridade e exterioridade dos fenômenos”(MINAYO, 2010, p. 24).

O sistema de conceitos utilizado foi constituído pelos conceitos de espaço, território, região e desenvolvimento territorial como desenvolvidos por Santos (1996), Raffestin (1993), Lencioni (2001), Flores (2006) e Boisier (1996). Também integram tal sistema conceitual os conceitos de empreendedorismo e de ambiente empreendedor, como abordados por Schumpeter (1982), Dolabela (2011), Sarkar (2008) e Julien (2010).

A abordagem sistêmica foi utilizada nas interações empreendedor/empresa/ambiente empreendedor, onde se percebe que a mudança em qualquer um dos elementos gera mudanças nos demais elementos de tal sistema. Todo modelo pertence a um grupo de transformações e cada uma destas corresponde a um modelo de família, constituindo-se sistemas interligados (DEMO, 2009).

Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de um estudo de caso em que foram utilizadas as técnicas de entrevista semiestruturada, questionário, observação e pesquisa documental.

Trata-se de um estudo de caso explanatório, que, conforme Yin (2001), representa uma escolha adequada quando se colocam “como” e “por quê” como questões que precisam ser tratadas ao longo do tempo e quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos, estando o foco da pesquisa inserido em um contexto da vida real contemporânea.

Para dar sustentação à investigação, recorreu-se inicialmente à pesquisa bibliográfica, que permite uma busca mais ampla do que aquela realizada diretamente, em dados primários, pois, segundo Gil (2010, p. 29), “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado”.

Seguindo, passou-se à fase qualitativa da pesquisa, em que foram realizadas entrevistas semiestruturadas, observação e análise de documentos, sendo a última uma pesquisa histórica.

As entrevistas foram aplicadas junto aos representantes das instituições, denominadas agentes relevantes para a constituição do ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana, citadas anteriormente.

Tais instituições foram identificadas por meio da técnica Bola de Neve, onde os primeiros entrevistados indicaram as instituições relevantes para o ambiente empreendedor até a saturação, ou seja, até que não houvesse novas indicações. As entrevistas foram realizadas entre os dias 16 de outubro e 12 de dezembro de 2012.

Além das entrevistas, foram analisados documentos e pesquisas relevantes para constituir-se o histórico do ambiente empreendedor da região do VP nos últimos 10 anos.

As entrevistas, as observações e a pesquisa documental serviram para a compreensão do ambiente empreendedor da região pesquisada e para a construção do instrumento de coleta de dados quantitativos da pesquisa, que consistiu na

abordagem do conhecimento dos empresários, proprietários de MPE, a respeito do ambiente empreendedor do VP.

Nessa fase, foi realizado um levantamento para a obtenção de dados e informações através de questionário com perguntas abertas e fechadas, enviado, em formulário da *internet*, ao endereço eletrônico dos responsáveis pelas empresas por meio do *software* LimeSurvey, que é um *software* livre para a aplicação de questionários *online*. Tal sistema foi utilizado por ter um retorno superior quando comparado ao telefone, ao fax e ao *e-mail*, conforme Vasconcellos e Guedes (2012).

O pré-teste do questionário foi encaminhado para 5 empresários e, após as alterações necessárias, em 26/02/2013, encaminhado para 1.599 empresários, sendo esse o total de endereços válidos para o envio do questionário, fornecidos pelos agentes de fomento ao empreendedorismo, a saber: CDL, SEBRAE, PEIEX, sindicatos e empresários.

Da amostra selecionada, ou seja, dos 1.599 questionários enviados em 26/02/2013, obteve-se o retorno de 129 questionários respondidos até 14/03/2013, data prevista para o término da pesquisa.

A análise dos dados obtidos com a aplicação de questionário ocorreu através da codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos. Foi utilizado o *software* LimeSurvey para a tabulação inicial dos dados e o *software* Sphinx para o cruzamento de informações.

Quanto às entrevistas e aos documentos, realizou-se análise de conteúdo com base no sistema de conceitos descritos, buscando classificar o conteúdo do texto com o tema que se estava analisando, e a análise de enunciação, ou seja, aquela onde “cada entrevista é estudada em si mesma como uma totalidade organizada e singular. Trata-se do estudo dos casos” (BARDIN, 1997, p.175).

O presente trabalho está estruturado em quatro capítulos e conclusão, além desta introdução, que constitui o primeiro capítulo.

Expõe-se, no segundo capítulo, a pesquisa bibliográfica realizada, apresentando os principais conceitos utilizados, como os de empreendedorismo, ambiente empreendedor e a sua relação com o desenvolvimento regional.

No terceiro capítulo, estão os conceitos de território e região e a apresentação da região pesquisada, o Vale do Paranhana, bem como os agentes de fomento ao empreendedorismo.

No quarto capítulo, analisa-se o perfil dos empreendedores pesquisados e a sua relação com os agentes do ambiente empreendedor do Vale do Paranhana.

Na conclusão, apresentam-se as considerações finais com base nos dados coletados e nas informações obtidas no decorrer da pesquisa.

2 A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO E DE AMBIENTES EMPREENDEDORES PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

2.1 Empreendedorismo e o ambiente empreendedor

O empreendedorismo, a sua contribuição para o desenvolvimento econômico e social de uma região e os atores envolvidos nesse processo têm sido constantes objetos de estudos por conta de sua importância no cenário econômico-social brasileiro. A relevância e interesse dos estudos podem ser justificados pela mudança da estrutura empresarial brasileira e pela preocupação nacional em fomentar o progresso das micro e pequenas empresas.

Parte desse interesse está relacionada à nova realidade do mercado de trabalho, onde se percebe uma redução no número de vagas formais de trabalho e alteração nas relações de emprego, resultado do processo de globalização, onde o empreendedorismo aparece como alternativa de empregabilidade e melhoria na qualidade de vida no que se refere à liberdade de ação e retorno justo sobre o trabalho desenvolvido.

A presença do empreendedor no processo de desenvolvimento pode ser percebida através da construção histórica dos setores produtivos: conforme Carmo e Vannale (2006), até o final da década de setenta, apenas o Estado e as grandes empresas eram considerados suportes financeiros no Brasil. A partir da década de oitenta, com a globalização, passou-se a utilizar tecnologia intensiva e houve um aumento da concorrência, o que promoveu alterações nesse cenário. O Estado passou a ter dificuldade em cumprir seus compromissos, aumentando seu endividamento, o que dificultou o investimento em infraestrutura e empregos e deixou espaço para que as empresas média e pequena passassem a ter grande importância como fontes geradoras de novas oportunidades, de novos empregos, ofertando os produtos e serviços necessários à população.

O empreendedorismo passou a ser visto como um mecanismo acionador de processos que podem gerar ações e transformações em direção ao desenvolvimento econômico e social regional e do país e passou a ser incentivado.

Com o incentivo ao empreendedorismo, novas empresas puderam surgir e os produtos e serviços de que a população necessita puderam ser oferecidos, assim como o emprego e a renda aos trabalhadores, que, por sua vez, também ocupam o

papel de consumidores. Essa cadeia, quando positiva, contribui para o desenvolvimento da economia e, principalmente, para a melhora da condição de vida da população, pois, além de gerar capacidade de compra para a população, a renda não fica concentrada nos proprietários das grandes indústrias.

Das empresas existentes atualmente no Brasil, as micro e pequenas empresas são responsáveis por 56,06% dos empregos no país e constituem 99,27% dos 4,5 milhões de estabelecimentos formais existentes no país.

Desde 2000, a participação das MPEs no total de empreendimentos produtivos brasileiros aumentou bastante. Enquanto a taxa de crescimento anual foi de 4% para o total de empresas, independente do porte, para as pequenas empresas foi de 6,2% e 3,8% para as micro entre 2000 e 2008. Nesse mesmo período, as MPEs foram responsáveis por aproximadamente metade dos postos de trabalho formais criados, ou seja, 4,5 milhões de empregos (BRASIL, 2012).

Essas organizações (empresas) são consideradas “um conjunto de tecnologias, estruturas sociais, culturas e estruturas físicas que interagem umas com as outras em um ambiente que elas ajudam a construir” e que, ao mesmo tempo, tem papel fundamental no sucesso ou insucesso de cada uma delas (ANDRADE, VIEIRA e TORKOMIAN, 2010, p. 146).

Para compreender o empreendedorismo, o papel do ambiente empreendedor e a origem dos conceitos atuais de empreendedorismo, faz-se necessário abordar as primeiras ideias e estudos relacionados, conforme quadro 1. Parte-se de Joseph Schumpeter (1982), um dos primeiros pensadores a realçar as ideias sobre o empreendedor no processo de desenvolvimento econômico, inovação e aproveitamento de oportunidades.

Quadro 1 - Seis eixos-chave na definição de empreendedorismo e seus respectivos autores

Eixos	Autores-chave
Empreendedorismo e inovação	Schumpeter (1934); Drucker (1985)
Identificação de oportunidades e sua exploração	Kirzner (1973); Shane (2003); Venkataraman (1997)
Empreendedor, características e comportamento	McClelland (1961)
Empreendedorismo como processo – criação de empresa	Gartner (1988)
Expressão organizacional do projeto empreendedor (novas empresas/empresas existentes)	Stevensene Jarillo (1990)
Exploração de oportunidades e a sua sustentabilidade através de inovação	Sarkar (2007)

Fonte: Sarkar (2008, p. 27).

Do ponto de vista dos economistas, o empreendedorismo está relacionado à inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram nas características criativas e intuitivas dos empreendedores. Há também relações do empreendedorismo com a identificação de oportunidades e com a interferência do ambiente onde as empresas estão inseridas.

Há inúmeras definições e relações de empreendedorismo, o que torna necessária a adoção de uma linha de raciocínio para o desenvolvimento de pesquisas e definições de objetivos. Abordar-se-ão algumas dessas interpretações para que, posteriormente, seja possível ter uma compreensão ampla e, com a definição, um foco de trabalho.

Como apresentado anteriormente, para Schumpeter (1983), o desenvolvimento econômico processa-se auxiliado por três fatores: inovações tecnológicas, crédito bancário e empresário inovador. Gomes (2011, p.4) complementa: “O empresário inovador é o agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações, mobilizar o crédito bancário e empreender um novo negócio”, sendo o empreendedor não necessariamente o capitalista, mas quem consegue identificar e usar as novas combinações no processo produtivo. Percebe-se que, para a teoria econômica tradicional, o empreendedorismo era um fenômeno individualista.

Schumpeter (1983, p. 105) apresenta o capitalismo como uma forma ou método de transformação econômica, um processo evolutivo que não é baseado, somente, no aumento da população e do capital, na modificação do meio social ou natural onde ele ocorre, nem nas variações do sistema monetário, mas “o impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista”.

Identificam-se, nesse conceito, as formas de inovação que podem impulsionar o capitalismo, gerando crescimento e, dependendo de sua aplicação, desenvolvimento.

Para compreender o capitalismo e o desenvolvimento econômico, segundo Schumpeter (1982, p. 47), é necessário entender o processo de destruição criadora: um processo de mutação industrial, ou empresarial, que parte de dentro da estrutura, destruindo o antigo e criando elementos novos.

Entenderemos por “desenvolvimento”, portanto, apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas de fora, mas que surjam de dentro por sua própria iniciativa. Se se concluir que não há tais mudanças emergindo na própria esfera econômica e que o fenômeno que chamamos de desenvolvimento econômico é na prática baseado no fato de que os dados mudam e que a economia se adapta continuamente a eles, então diríamos que não há *nenhum* desenvolvimento econômico. Pretenderíamos com isso dizer que o desenvolvimento econômico não é um fenômeno a ser explicado economicamente, mas que a economia, em si mesma sem desenvolvimento, é arrastada pelas mudanças do mundo à sua volta, e que as causas e portanto a explicação do desenvolvimento devem ser procuradas fora do grupo de fatos que são descritos pela teoria econômica.

Trata-se de obter novas combinações que, quando geram novos processos, são inovadoras, apontando desenvolvimento econômico.

O desenvolvimento consiste primeiramente em empregar recursos diferentes de uma maneira diferente, em fazer coisas novas com eles, independentemente de que aqueles recursos cresçam ou não. (SCHUMPETER, 1982, p. 50).

Mas, para empregar os recursos de forma diferente e inovar, conforme Schumpeter (1982), é necessário o terceiro fator, o empresário -“empreendimento”, que é o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico, pois pode gerar crescimento econômico e também ser agente de mudança, podendo interferir na qualidade de vida dos atores de determinada região e, inclusive, interferir no conceito desta.

Infelizmente um percentual pequeno da população dedica-se a correr riscos e possui as características empreendedoras. Nesse sentido, McClelland (1972), psicólogo da Universidade de Harvard, segmentou a sociedade em dois grupos quanto à percepção e ao enfrentamento de desafios e oportunidades. O primeiro grupo corresponde a uma parcela mínima da população que se sente disposta a enfrentar desafios e, logo, empreender. Já a maior parte da população não se dispõe a enfrentar riscos dessa natureza. Com enfoque comportamental, o autor relaciona o empreendedorismo à necessidade de sucesso (realização), de reconhecimento, de poder e controle.

Além dessa conclusão, os estudos de McClelland (1972) também tentaram mostrar que os seres humanos repetem seus modelos. Assim, quanto mais o sistema de valores de uma sociedade distinguir positivamente a atividade empreendedora, maior será o número de pessoas que tenderão a optar por empreender.

A maior parte das teorias concentra-se em estudar as características individuais dos empreendedores e a percepção de que a geração do espírito empreendedor tem origem em valores, práticas, visão de mundo e relações sociais. Essa identificação das origens é, talvez, uma das mais significativas conquistas desse campo, o que possibilita a identificação de uma forma de empreender que representa o ventre de todas as demais manifestações: o empreendedorismo coletivo, que visa à geração do capital social (DOLABELA, 2011).

Na visão comportamentalista, os empreendedores apresentam características importantes para fomentar o desenvolvimento e, conforme De Mori (2004), as principais características dos empreendedores de sucesso são:

Quadro 2 - Características dos empreendedores de sucesso

CARACTERÍSTICAS	ESPECIFICAÇÃO
Necessidades	Aprovação; Independência; Desenvolvimento pessoal; Segurança; Autorrealização.
Conhecimentos	Aspectos técnicos relacionados com o negócio; Experiência na área comercial; Escolaridade; Experiência em empresas; Formação complementar; Vivência com situações novas.
Habilidades	Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo; Comunicação persuasiva; Negociação; Aquisição de informações; Resolução de problemas.
Valores	Existenciais; Estéticos; Intelectuais; Morais; Religiosos.

Fonte: De Mori (2004, p.50)

Mello e Leão (2005) indicam as seis dimensões para a orientação empreendedora, a saber:

- Autonomia para gerar novos negócios, para busca de oportunidades sem limitações sociais, relacionada à liberdade para ações decisivas e arriscadas. “As organizações mais empreendedoras possuíam os líderes mais autônomos”. (p. 166)

- Inovatividade, enfatizada por Schumpeter, que reflete a tendência de a empresa introduzir e apoiar novas ideias, experiências e processos criativos, visando a ampliar a competitividade das empresas.
- Assunção de riscos para um gerenciamento adequado do risco, sendo medida através de questionamentos quanto à propensão de a empresa ingressar em projetos arriscados e sua preferência por ações arrojadas ou cautelosas.
- Proatividade, enfatizando a importância da iniciativa e estratégia de pioneirismo, antecipando e aproveitando novas oportunidades.
- Agressividade competitiva, caracterizada pela capacidade de resposta, ou seja, fazendo a coisa diferente, mudando o contexto e superando o líder do ramo.
- Rede de negócios que parte da necessidade de o empreendedor construir rede de relacionamento com sócios e parceiros para viabilizar seu empreendimento.

As características podem atuar de forma positiva e negativa dentro das organizações e de todo o seu contexto, mas, além das características, há um conjunto de atitudes que identificam os empreendedores, que, para Salim *et al.* (2004), são:

- Assumir riscos;
- Identificar oportunidades;
- Conhecimento;
- Organização;
- Tomar decisões;
- Liderança;
- Dinamismo;
- Independência;
- Otimismo; e
- Tino empresarial.

O empreendedorismo, conforme Santos e Acosta (2011), tem como base o comportamento e não o traço de personalidade, o que indica que as pessoas podem

aprender a agir como empreendedores. As ações e uma cultura empreendedora geram prosperidade econômica ao proporcionar altas taxas de criação de novas empresas.

Gibb (1987 *apud* Sarkar, 2008) defende que a decisão em transformar-se empreendedor ou não depende da influência para desenvolver ideias empreendedoras e ambições ao longo da vida. Essas influências podem ocorrer em cinco etapas da vida e por diferentes fatores: 1) Na infância, a influência vem dos pais ou da família: da situação de trabalho dos pais e dos valores e objetivos de vida da família; 2) Na adolescência, os fatores de influência são os pais e a relação destes com a escolha da educação: as preferências vocacionais, as amizades, a comunidade e a influência da educação em valores e objetivos; 3) Na idade adulta, pode ser pela escolha e disponibilidade de mais educação e formação, *ranking* que uma pessoa obtém em sua turma, na comunidade (sociedade e amigos) e na natureza do trabalho; 4) Durante a meia idade, as influências são a ocupacional, que tem relação com a mobilidade entre classes, a natureza do trabalho, as relações, as satisfações e recompensas no trabalho, a família e as interações com o ambiente de trabalho e sociedade; 5) Por fim, na terceira idade, as influências externas para o empreendedorismo vêm do rendimento alcançado, da situação familiar, dos objetivos comunitários, das oportunidades extras de trabalho, da satisfação no trabalho e da facilidade de aposentadoria antecipada e pensões.

Santos e Acosta (2011, p.17) afirmam que “por se tratar de um fenômeno social e cultural, existem famílias, cidades, regiões e países mais empreendedores que outros. O que sustenta a atividade empreendedora reside na existência de um conjunto de valores sociais e culturais que encorajem a criação de novas empresas”.

Nesse sentido, vale repensar os valores relacionados ao empreendedorismo, necessários para conduzir o país ao desenvolvimento, como: “educação empreendedora, introduzindo na cultura valores de autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e de crescer em ambientes instáveis” (SANTOS e ACOSTA, 2011, p.17).

Além dos estudos sobre características, atitudes e influências dos empreendedores, o empreendedorismo relaciona-se a atividades de criar, manter, administrar e/ou tornar lucrativas as empresas, ou seja, pode estar diretamente relacionado com o risco (empreendedor de negócio), com as mudanças internas na

organização (intraempreendedor) ou ainda ser relacionado a atividades para a comunidade (empreendedor comunitário ou social) (SARKAR, 2008).

Percebe-se que o papel do empreendedor e suas características são presenças importantes para o desenvolvimento de uma região, mas há a necessidade de uma abordagem mais profunda que relacione diferentes áreas do conhecimento para a compreensão dos fatores empreendedores que possam contribuir efetivamente para o desenvolvimento. Para que possa ser percebida essa diferença entre abordagens do empreendedorismo, Julien (2010) apresenta, em sua pesquisa, o comparativo entre as abordagens antropológica e psicológica, sociológica, geográfica ou de economia regional e a econômica, sintetizadas na tabela 2.

Tabela 2 – As diferentes abordagens do empreendedorismo

ABORDAGEM	O EMPREENDEDOR	A EMPRESA OU ORGANIZAÇÃO	O AMBIENTE OU MEIO TERRITORIAL
Antropológica e psicológica ou behaviorista	Suas características (personalidade)	Pessoal e centralizada	Pessoal e não considerado
Sociológica	Um criador de organização	Associada a outras organizações e à sociedade	A organização é parte do tecido industrial
Geográfica ou de economia regional	Um dos principais atores, mas não o único	Elementos de diversificação ou não	Fortes laços com o meio e vice-versa
Econômica	Simple agente econômico	Parte da estrutura setorial e resposta às necessidades do mercado	O dinamismo da empresa parte da conjuntura e outros ciclos econômicos de médio e longo prazo

Fonte: Julien, 2010, p. 26.

A criação de novas empresas não pode ser concebida fora da sociedade que as impulsiona, incluindo a cultura nesse contexto (JULIEN, 2010). Com base na formação histórica e cultural, os países ou regiões desenvolvem uma característica empreendedora própria, dentre as quais se podem citar o empreendedorismo liberal norte-americano; o empreendedorismo corporativista francês; o empreendedorismo do pequeno burguês alemão ou belga; o empreendedorismo de rede com perfil japonês; o empreendedorismo informal ou comunitário africano, todos com seus subtipos, com características e perfis regionais que indicam a alteração da forma de ser e agir das empresas, ou seja, dos empreendimentos.

As relações entre homens e mulheres, a forma de conceber e entender a autoridade, a religião, os comportamentos individuais e sociais, o respeito com o legal ou a prática do ilegal, a consciência de curto e longo prazo, entre outros fatores, interferem na forma de como uma sociedade administra o empreendedorismo, como é o seu comportamento empreendedor e qual a resposta de suas empresas frente ao mercado global.

Percebe-se que o empreendedorismo é avaliado, em sua maioria, pelas características de uma pessoa – o empreendedor – ou pela relação deste com o mercado, o que apresenta uma visão parcial do tema. É necessário expandir a abordagem na busca de uma visão ampla que contemple diversas abordagens. Assim, Julien (2010) apresenta quatro abordagens de empreendedorismo com diferentes visões, que são complementares e que facilitam a compreensão do complexo empreendedor e das suas contribuições para o desenvolvimento regional.

A primeira das abordagens sobre empreendedorismo - a abordagem antropológica e psicológica - relaciona-se com a teoria schumpeteriana, em que o criador da empresa tem suas características que são transmitidas, nos primeiros anos, para a organização, tornando esta dependente do seu criador na fase inicial. O indivíduo empreendedor tem seus traços e características desenvolvidas com base em suas experiências, conhecimentos, concepções de ideais e ideias, em seus relacionamentos e vivências. É um ser social que tem atividades e relacionamentos fora da empresa e seu sucesso também se explica por essas relações.

Na segunda abordagem - a sociológica -, “o empreendedor é visto como o criador de uma organização que se relaciona com outras organizações na sociedade”, ou seja, ele serve como mediador entre as organizações (JULIEN, 2010, p. 24). Nesta abordagem, a organização é mais importante que o empreendedor, ela é um prolongamento do empreendedor no início de sua vida, emancipando-se com o aumento de contribuições de funcionários, gerentes e outros envolvidos, representando a base do tecido industrial e do desenvolvimento regional.

A terceira abordagem - geográfica ou de economia regional - permite diferenciar as regiões de acordo com a capacidade de sustentar a criação, ou abertura, de novas empresas, bem como a manutenção das mesmas, ou seja, o grau de dinamismo da região. Considera que a ação empreendedora é concebida de acordo com a sociedade em que está inserida, em seu meio e sua economia.

Por fim, a quarta e última abordagem - econômica - situa o empreendedorismo na conjuntura dos ciclos econômicos. Nesta abordagem, o empreendedorismo só se pode desenvolver em um ambiente econômico, com uma dada conjuntura, onde age o empreendedor com base em informações e oportunidades fornecidas pelo mercado. Sem um ambiente complexo não há empresa capitalista nem há empreendedor. O empreendedor é um agente movido pelas forças econômicas, é um agente puramente racional.

O empreendedorismo é muito complexo para ser analisado apenas sob uma abordagem, devendo ser consideradas todas as abordagens com suas contribuições, merecendo atenção especial a investigação do papel do ambiente empreendedor no processo, apresentada na abordagem geográfica, onde a educação, as políticas públicas, a cultura empreendedora estão inseridas e influenciam a constituição e o resultado das empresas, podendo-se considerar o ambiente próximo como o meio, formado por um grande número de outros atores socioeconômicos com os quais os empreendedores e empresas interagem.

É importante ressaltar que o ambiente da região do Vale do Paranhana é identificado, na teoria de Julien (2010), como meio, sendo equivalentes as expressões “meio empreendedor do Vale do Paranhana” e “ambiente empreendedor do Vale do Paranhana”.

As relações entre o mercado (demanda) e o território com sua densidade, recursos disponíveis, comportamentos dos empreendedores, sua organização e seu ambiente próximo é que ajudam a explicar por que os mecanismos do empreendedorismo não se dão da mesma maneira em todos os lugares e épocas (JULIEN, 2010).

Todas as abordagens consideram não só os atores individualmente, mas também suas ações com os efeitos e impactos, o que gera mudanças e contribui para a formação e contínua atualização do ambiente empreendedor.

Se os empreendedores e as organizações são as condições necessárias para manter o desenvolvimento, um meio empreendedor e inovador constitui a condição suficiente para assegurá-lo. O meio é o lugar e ao mesmo tempo o mecanismo coletivo que pode explicar e facilitar os diferentes laços sociais, permitindo assim o desabrochar de um espírito empreendedor coletivo, fornecendo os recursos de base, tais como a informação e os meios de transformá-la em conhecimento a fim de enfrentar os desafios da nova economia. (...) O empreendedor necessita de ajuda para obter e processar as informações sobre o mercado e a tecnologia e assim evoluir na economia do conhecimento após a criação de sua empresa. Essa evolução difere, no entanto, de acordo com a vontade da

direção, o grau de turbulência do setor do mercado, além das capacidades do pessoal para compreender, adaptar-se e agir (JULIEN, 2010, p. 159 e 135).

Conforme Julien (2010), o empreendedorismo endógeno tem como atores o empreendedor, a organização, o meio (ambiente próximo), o tempo e o ambiente (macroambiente), sendo os dois últimos atores exteriores e que podem tanto ser vistos como obstáculos quanto possibilidades para a ação empreendedora. Além dos atores, há fatores que favorecem o aparecimento do empreendedorismo endógeno: a informação, a formação de redes e a inovação.

A informação está na base da economia do conhecimento e, para Santos (1996), a história entre a sociedade e a natureza é marcada pela substituição de um meio natural por um meio cada vez mais artificializado pela sociedade de acordo com seus interesses, dividindo a história do meio geográfico em três etapas: o meio natural, o meio técnico e o meio técnico-científico-informacional. A terceira fase, do meio técnico-científico-informacional, dá origem ao mercado global e difere das anteriores em função da profunda interação da ciência e da técnica, e, sob a égide do mercado, em função da extrema intencionalidade de sua produção e localização, os objetos, além de técnicos, tendem a ser informacionais ao mesmo tempo, ou seja, eles já surgem como informação.

Assim como a informação é fundamental para a diferenciação empresarial, a formação de redes permite um melhor acesso, filtro e adaptação dessas informações à realidade organizacional, e a inovação representa a diferenciação em relação à concorrência e a possibilidade de alavancar a economia. É a inovação que proporciona o desenvolvimento empresarial.

A capacidade do pessoal (empregados) para compreender, adaptar-se e agir está diretamente relacionada ao espírito empreendedor de cada um, pois, além do empreendedor proprietário da empresa, há o intraempreendedor, que é o empregado que tem iniciativa, criatividade, características e atitudes empreendedoras.

Também é preciso considerar o papel da difusão das novas tecnologias nas regiões, pois é ela que sustenta as capacidades competitivas das empresas (JULIEN, 2010).

É importante ressaltar que o empreendedor e sua organização, como também toda ação empreendedora, não são somente captadores de recursos e de

oportunidades, eles também interferem e influenciam o entorno, ou seja, o meio, o ambiente e a economia.

Para verificar o nível de empreendedorismo de uma região, é necessário fazer a verificação em três níveis: no primeiro nível, se observam os empreendedores e as organizações; no segundo nível, se encontra o meio em que aqueles estão inseridos e com o qual interagem e têm laços, como fornecedores e redes que fornecem informações, recursos e insumos necessários; e, no terceiro nível, é necessário reconstruir o contexto sociocultural particular, a história e o desenvolvimento desse meio: “os modelos empreendedores que fornecem as convenções (as regras do jogo) nas quais os atores se apoiam para sustentar sua ação, em suma, a cultura empreendedora e a atmosfera setorial da região” (JULIEN, 2010, p. 33).

O autor ainda conclui que, se, em todas as regiões, há empreendedores e empresas, é o meio que tem capacidade de transformar empreendedores potenciais e reativos em empreendedores proativos ou de forte crescimento.

O meio é o lugar e ao mesmo tempo o mecanismo coletivo que pode explicar e facilitar os diferentes laços sociais, permitindo assim o desabrochar de um espírito empreendedor coletivo, fornecendo os recursos de base, tais como a informação e os meios de transformá-la em conhecimento a fim de enfrentar os desafios da nova economia. [...] Mas o meio pode também ser portador de conformismo, de inércia, e frear o empreendedorismo. [...] Ele é, portanto, o fator que melhor explica por que a região se atrasa ou perece (JULIEN, 2010, p. 159).

Conforme Aldrich e Zimmer (1986), entre os elementos que podem influenciar a diferença entre regiões dinâmicas e regiões relativamente atrasadas estão: 1) qualidade dos recursos territoriais; 2) a presença de empreendedores com níveis de empreendedorismo acentuado e cientes de outros mercados; 3) os laços internos e externos entre os empreendedores e as diversas instituições territoriais que fornecem recursos, competências, conhecimentos, normas e convenções, ou seja, que estimulam uma cultura empreendedora dinâmica.

Conforme Julien (2010), um município, ou região, oferece quatro recursos importantes necessários ao desenvolvimento de uma região:

A) Um sistema de organizações públicas e, no caso do Brasil, particulares também, como escolas e faculdades/universidades, associações profissionais e instalações da administração pública com códigos e regras;

B) Um conjunto de instalações que permitam o descanso, sustento e produções variadas e complementares, onde se incluem as socioculturais, favorecendo a descontração e criatividade;

C) Uma boa reputação do conjunto anteriormente citado para cumprir a função de simbolização necessária ao desenvolvimento da cultura empreendedora e ao compartilhamento de informações;

D) Uma variedade de organizações que forneçam serviços às empresas, como câmaras, agências, laboratórios, financeiras, entre outras, que podem ter laços com outros municípios e regiões para suprir a necessidade local.

Para poder oferecer todos esses recursos, os municípios e/ou regiões podem unir-se a fim de facilitar o acesso, complementando-se na busca do ambiente empreendedor favorável (JULIEN, 2010).

Gibb (1987 *apud* SARKAR, 2008) complementa, apresentando cinco componentes que geram a cultura empresarial empreendedora:

- Imagens de negócios independentes e de sucesso, apresentando imagem positiva;
- Oportunidade de praticar e desenvolver atitudes empreendedoras, reforçadas durante os anos de formação, tendo como base a cultura da sociedade;
- A disponibilidade de conhecimento, formal e informal, que contribui para o processo de gerir negócios;
- A rede de contatos oportunizando a entrada no mercado;
- A familiarização com pequenos negócios durante a juventude.

O meio é a construção social do mercado e um sistema aberto que deve considerar a evolução do ambiente com certa limitação para conservar a coerência.

Para Bourdieu (2005), o sujeito das ações econômicas não é um ator isolado, mas de um coletivo, de uma família, grupo ou empresa, com passado e com base em disposições ou rotinas que integram um sistema estratégico de reproduções. “As disposições econômicas mais fundamentais [...] não são exógenas, isto é, dependentes de uma natureza humana universal, mas endógenas e dependentes de uma história” (BOURDIEU, 2005, p. 23).

Seguindo o mesmo princípio e relacionando-o com o empreendedorismo, Julien (2010) afirma que o meio empreendedor abriga, pelo menos, cinco grupos de

atores, demonstrado no quadro 3, onde cada um interfere na consciência e formação empreendedora: 1) as instituições públicas e parapúblicas de governança, educação, pesquisa e desenvolvimento e de suporte industrial; 2) a estrutura setorial que compreende os laços positivos ou negativos entre fornecedores, distribuidores, clientes, consultores, sindicatos, concorrentes...; 3) a mão de obra capacitada e participativa; 4) as organizações de cooperação; e 5) a cultura empreendedora comum aos atores socioeconômicos.

Quadro 3 – Grupos de atores que afetam o dinamismo do meio

ATORES	EXEMPLOS	PESSOAS-CHAVE	PRINCIPAL APORTE
1. Instituições públicas e parapúblicas	Governo local, escolas, organizações de auxílio, normas e convenções	Representante do setor, prefeito, formadores de opinião	Formação e apoio à inovação
2. Estrutura setorial	Empresas de todos os portes	Líderes de negócio	Empregos, matérias-primas, serviços às empresas
3. Mão de obra	Engenheiros e técnicos	Líderes sindicais	Participação na diversificação
4. Organizações de cooperação	Redes	Presidentes de clubes dinâmicos de negócio	Trocas de saberes e de <i>savoir-faire</i>
5. Cultura empreendedora	Atitudes e aptidões na criação e inovação	Modelos de negócios conhecidos	Facilitação da capacidade de enfrentar a incerteza

Fonte: JULIEN (2010, p. 166).

Com relação à cultura empreendedora, ela interfere diretamente nos motivos da abertura de novos negócios, podendo estes ser por identificação de oportunidades ou por necessidade. Os empreendedores motivados por oportunidade têm um maior impacto sobre o desenvolvimento de um país, pois esses empreendedores, mais bem preparados, abrem mais empresas baseadas em inovações e novas tecnologias. Por outro lado, os empreendedores motivados por necessidade geram o mínimo de riqueza e empregos (DEGEN, 2009).

Dos recursos que o meio oferece, pode-se citar a cultura empreendedora como fundamental, pois é a cultura que apoiará ou não as iniciativas de negócios.

“Quanto mais uma empresa está inserida em seu meio ou mantém relações fortes e variadas com ele, mais chances ela tem de sobreviver e se desenvolver” (JULIEN, 2010, p. 170-171).

O meio empreendedor favorável pode contribuir para a redução de incertezas e ambiguidades para o empreendedor, pois busca, avalia, transmite, adapta

informações do exterior e facilita as transações pela proximidade. O meio empreendedor pode ser um facilitador e, quanto mais exercer seu papel, mais incentivará a abertura e contribuirá para o desenvolvimento de organizações e profissionais, pois um empreendedor pode não abrir empresas, mas pode ser o responsável por mudanças em empresas que gerem o desenvolvimento.

Para o GEM (2001), as condições estruturais de empreendedorismo, que são relacionadas em seus relatórios, são nove: apoio financeiro, políticas governamentais, programas governamentais, educação e formação, transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento, infraestrutura comercial e profissional, barreiras à entrada, acesso a infraestruturas físicas, normas sociais e culturais.

Por sua vez, Sarkar (2008, p. 114) destaca que a educação contribui decisivamente para a “promoção e criação de uma cultura empreendedora e de empresas inovadoras”.

Conforme Leite (2010), o trinômio do sucesso na gênese de um negócio – e que gera qualidade de vida e oportunidade para uma população – é simples: educação, inovação e empreendedorismo. “A educação prepara as pessoas para poder entender a inovação e trabalhar com ela; a tecnologia é a descoberta de novos caminhos; e o empreendedorismo é fazer alguma coisa com esses novos caminhos para que o produto chegue ao mercado comprador”.

Sendo a inovação o fator necessário para o desenvolvimento, citado por diversos pesquisadores, faz-se necessária a sua conceituação.

A palavra inovar tem sua origem no latim *in + novare*, que significa “fazer novo”, o que implica dois elementos fundamentais: criatividade e ideias novas (SARKAR, 2008).

Inovar não é necessariamente inventar. Inovar é a criação de coisas novas, mas também um rearranjar de coisas antigas. A invenção, por sua vez, é algo inédito, mas que não precisa estar relacionado a algo prático, o que difere da inovação, que trata de uma aplicação com obtenção de resultados.

Para Schumpeter (1982), existem cinco tipos de inovação: novo produto, novo mercado, novo processo, nova fonte de matéria-prima e nova organização.

Para Sarkar (2008, p. 126), “inovação é a conjunção de vários elementos: é necessário ter uma ideia, perceber as oportunidades, escolher a melhor alternativa, aplicar a ideia e fazer com que tenha sucesso no mercado, evitando que se mantenha na condição de invenção”.

Para realçar a importância da inovação, o autor afirma que uma economia mais inovadora faz maior investimento em pessoas, assim como em capital, e tem maior capacidade para atrair e reter pessoas altamente qualificadas.

A inovação também pode ser diferenciada como micro ou macro. Na perspectiva macro, a inovação deve ser algo novo para o mundo, para a indústria e para o mercado, já na perspectiva micro, a inovação é uma novidade para a empresa e para os consumidores.

As inovações podem vir a ser promovidas diretamente pelas empresas através das suas próprias equipes de P&D (pesquisa e desenvolvimento) ou podem adotar um novo conceito: as inovações abertas, onde aparece a ideia de partilha de atividades e fontes de informação, que podem ocorrer através de redes, entidades, cooperação, entre outros.

Nos países centrais, os incentivos ao desenvolvimento regional têm como um de seus pilares o aprendizado, condição essencial para a inovação, lastreado no estabelecimento de infraestrutura técnico-científica e na formação de mão de obra condizente: “Quanto mais se conhece, mais se está apto para a aquisição de conhecimentos”, o que, por consequência, leva à “dependência do caminho adotado” (SICSÚ e BOLAÑO, 2007).

Outro aspecto relevante é que o conhecimento tende a se concentrar localmente e esse conhecimento dificilmente chega a ser codificado.

Nesse contexto de aprendizado e de infraestrutura técnico-científica, constata-se o papel dos empreendedores como incentivadores e investidores em educação, ciência, pesquisa e inovação. Há a necessidade do desenvolvimento e do estímulo do espírito empreendedor, o que deve ocorrer desde a escola de base até o meio acadêmico através de políticas públicas e de projetos e programas, alterando a cultura do empresário brasileiro.

Os empresários brasileiros são, fundamentalmente, administradores comuns, para os quais, o “sucesso é algo perfeitamente quantificável, consistido de lucro, *marketshare*, preço de ações, retorno do investimento, retorno de ativos e assim por diante” (FERNANDES e SLONGO, 2006 p. 95). O administrador quer o lucro crescente e, independentemente do arranjo produtivo, ele procura falhas nos processos organizacionais e busca indicar ações que resolvam problemas, além de amenizar pontos fracos e aproveitar oportunidades, estando preocupado em ser

eficiente e eficaz. Resultados financeiros demonstram o sucesso ao administrador e a inovação não tem relação direta com o sucesso na maioria das vezes.

Já para o empreendedor, o sucesso significa engajar-se num processo de “criação destrutiva”. Trata-se de um processo de mutação industrial, ou empresarial, que parte de dentro da estrutura, destruindo o antigo e criando elementos novos.

2.2 O papel do empreendedorismo no desenvolvimento regional

Com o avanço contínuo e acentuado da tecnologia, da comunicação, das relações humanas em um mundo globalizado e em constante mudança, o tema do desenvolvimento regional adquire importância central, pois é o processo que gera melhoria na qualidade de vida.

A busca pela redução de desigualdades sociais, pela qualidade de vida e pelo bem-estar é constante, e o homem toma consciência de suas necessidades individuais e, não sendo satisfeitas individualmente, relaciona-se com outros para fazer parte de organismos, mais ou menos complexos, que possam solucionar seus problemas e satisfazer essas necessidades.

Nesse momento, abre-se o processo de desenvolvimento quando, ao tomar consciência dos problemas econômicos e sociais, se buscam, coletivamente, múltiplas possibilidades alternativas de solucionar problemas e superar contradições, visando ao desenvolvimento de uma região.

É a responsabilidade da administração pública, e com o esforço de cada indivíduo e da sociedade e com a participação da iniciativa privada que se conquista o bem comum, transformando as particularidades regionais em potencialidades de desenvolvimento.

Seguindo essa linha de raciocínio e acreditando-se que o desenvolvimento de uma região é a busca pela qualidade de vida superior e pelo bem-estar comum, optou-se por analisar a relação do empreendedorismo com o desenvolvimento de uma região.

O interesse pelo desenvolvimento por parte de organizações não governamentais, escolas, associações, empresas, entre outras, não é algo recente, pois vem de longa data o esforço para encontrar alternativas viáveis e coerentes para buscar a melhoria da qualidade de vida das regiões (ENGELMANN, 2003).

Para isso, são necessárias políticas governamentais definidas, instituições e organizações integradas, interesses comuns e esforços comunitários. Deve-se iniciar um processo onde o governo, indivíduos e organizações locais unam forças e recursos em busca do desenvolvimento.

Ao abordar o desenvolvimento regional, em sua construção teórica, Becker (2009 p. 391) avalia a dinâmica de regionalização, apresentando a constatação de que há regiões que conseguem:

a) responder positiva ou ativamente aos desafios regionais da globalização contemporânea, construindo seus modelos de desenvolvimento, e outras não; b) desenvolver suas potencialidades, constituindo uma dinâmica própria local, enquanto outras somente conseguem aproveitar as oportunidades decorrentes da dinâmica global de desenvolvimento; c) combinar eficientemente o desenvolvimento de suas potencialidades locais com o aproveitamento eficaz das oportunidades globais oferecidas pelo processo de desenvolvimento contemporâneo; e, por fim, d) há regiões que não conseguem nem uma e nem outra e tendem a desaparecer enquanto regiões de desenvolvimento global.

Se muitas variáveis são constantes para todas as regiões, por que as regiões reagem e agem de formas tão diversas diante da mesma realidade competitiva?

Por que algumas reagem de forma passiva e outras de forma ativa?

Com esses questionamentos e com a base na pesquisa das dinâmicas diferenciadas da economia política do desenvolvimento como resultado da interação entre a esfera econômica e a esfera socioambiental mediada pela esfera política, abordada por Becker (2009), verifica-se a importância de identificar a real participação do empreendedorismo no processo de desenvolvimento regional, pois a qualidade do desenvolvimento e seu êxito serão maiores nas áreas com melhor planejamento e organização social.

Nesse processo, vê-se a importância dos atores, da conscientização destes, da cultura, das ações e do poder, relacionando a proatividade (ativa) e a reatividade (passiva) de comportamento com a diferença em crescimento e desenvolvimento das regiões.

Confirmando tal possibilidade, Becker (2009 p. 398) apresenta a seguinte hipótese:

É possível concebermos um novo agente do desenvolvimento regional, integrando o empresário inovador schumpeteriano com o intelectual criador gramsciano. Dessa integração, resultaria uma “vontade coletiva regional”, “um sujeito coletivo regional” capaz de “levar a cabo novas combinações”, não só promovendo inovações na esfera técnico-produtiva, mas também

seria capaz de criar nova ideologia, executando novas combinações socioculturais e ético-ideológicas.

Nessa possível interação entre novas tecnologias e novas ideologias, “se podem localizar as forças impulsionadoras e dinamizadoras dos sujeitos coletivos regionais nos distintos processos de desenvolvimento regional” (BECKER, 2009, p. 398).

O sujeito coletivo, conforme o autor, só existe por conta de interesses particulares que, a partir da interação entre particularidades, se generalizam numa interação crescente de interesses, transformando-se em consciências coletivas que criam novas superestruturas que, por meio delas, agem e desenvolvem a estrutura socioeconômica. É o sujeito coletivo regional, ou um bloco hegemônico regional, que determina o tipo de integração, de organização e de direção do desenvolvimento regional.

O desenvolvimento regional, conforme Boisier (1996), é um processo em curso com três cenários interdependentes: o estratégico, o contextual e o político.

O cenário contextual trata da abertura externa, a globalização, que é um processo econômico e um processo de abertura interna, que, por sua vez, é constituído pela descentralização e trata-se de processo político. O cenário político é constituído pela modernização do Estado do ponto de vista territorial e pelas novas funções dos governos territoriais. Já o cenário estratégico está vinculado aos novos conceitos e ao modo de administrar o desenvolvimento regional.

Considerando a teoria de Becker (2009), o desenvolvimento é baseado em movimentos contraditórios e complementares, sendo resultado da interação entre a esfera econômica e a esfera socioambiental mediada pela esfera política. A transnacionalização dos espaços econômicos (globalização) é exercida de fora para dentro e de acordo com os interesses econômico-corporativos e de regionalização dos espaços sociais (localização), sendo a reação socioambiental do desenvolvimento exercida de dentro para fora e de acordo com os interesses sociais e ambientais dos agentes de desenvolvimento.

Tanto na definição de Becker como de Boisier, pode-se perceber a presença do empreendedor, assim como da sociedade, que deve ter consciência de suas ações e das consequências regionais dessas ações, bem como do seu papel como agente de mudança e de desenvolvimento. “A dinâmica da construção social do

desenvolvimento regional depende das formas e conteúdos dos arranjos, redes, sistemas, cadeias, consórcios ou parcerias regionais” (BECKER, 2009, p. 393).

Nesse contexto, observa-se ainda a presença das organizações que geram emprego, renda, e podem gerar crescimento social e econômico, contribuindo para o bem-estar e interferindo no desenvolvimento de uma região. À frente dessa organização está o empreendedor, proprietário ou participante de indústria, comércio, prestadores de serviço ou governo, que podem influenciar, positiva ou negativamente, a economia da região. Essa influência pode ocorrer de maneira direta ou indireta e ser influenciada, ainda, por fatores pessoais e/ou internos e externos ao seu negócio.

As empresas, que são administradas por pessoas e surgiram por ações empreendedoras, podem interferir econômica, cultural, social, ambiental, política e tecnologicamente na vida de seus empregados e clientes, que, por sua vez, podem interferir no comportamento de suas relações, refletindo nas ações sociais. Assim, entende-se que o empresário, como gestor e empreendedor, é importante ator social, sendo agente transformador, podendo impulsionar, ou não, o desenvolvimento de uma região através de suas ações e estratégias empresariais.

Percebe-se a importância das estratégias empresariais que são baseadas no conhecimento, nas características e na cultura de quem as administra, na capacidade empreendedora, que “inclui criatividade, aproveitamento de oportunidades, perseverança e liderança” (BIZZOTTO, 2008, p. 5).

Além de buscar capacitação para administrar o próprio negócio, o empresário precisa contar com ambiente favorável para progredir, seja com a adequação dos tributos, seja com a redução da burocracia ou ainda com o acesso à inovação da era pós-industrial, marcada principalmente pela difusão do conhecimento (SEBRAE, 2008).

Para tornar-se competitiva, a empresa precisa centrar-se na gestão dos processos produtivos, mas precisa também de apoio e investimento da administração municipal, como na: desoneração tributária, ganho de eficiência da administração pública, condições regulatórias estáveis e transparentes, acesso à inovação e à tecnologia, educação básica de qualidade e qualificação profissional.

O poder público tem papel fundamental na construção da competitividade de uma região, pois tem capacidade de mobilização única, e o investimento e as ações

para a melhoria do ambiente dos negócios refletem em benefícios para toda a sociedade (SEBRAE, 2008).

Classificar os municípios e regiões, usando como critério apenas o número de habitantes, não garante a adequação de uma política de desenvolvimento. O tamanho dos municípios exige políticas diferenciadas, mas as políticas públicas de desenvolvimento devem levar em conta também a quantidade e o perfil das empresas existentes no município e não apenas a quantidade da população local.

Assim, a classificação dos municípios, conforme Sebrae (2008), pode ser melhor entendida, tendo como base os itens listados a seguir:

- **Município com muitos pequenos negócios e sem grandes empresas** - perfil da maioria dos municípios brasileiros. “Grande parte dos casos observados mostra que dar prioridade a ações que beneficiem o surgimento e a expansão dos pequenos negócios é uma estratégia de sucesso para a geração de mais empregos, aumento da formalidade, atração de investimentos sustentáveis e fortalecimento da economia local” (SEBRAE, 2008, p. 15).

- **Municípios com poucos pequenos negócios e poucas grandes empresas** – locais com uma ou duas grandes empresas que costumam impulsionar o desenvolvimento econômico por meio da geração de emprego e da cadeia produtiva criada no entorno delas. O progresso está diretamente relacionado à prosperidade dessas grandes empresas, e apoiar os pequenos negócios significa uma possibilidade de reduzir os riscos da dependência e também criar estratégias de desenvolvimento sustentável, buscando identificar o perfil do município.

- **Poucos pequenos negócios e sem grandes empresas**

São, na maior parte dos casos, cidades estagnadas onde a economia local depende da renda dos aposentados, de programas de transferência de renda e dos empregos da prefeitura. “O apoio aos pequenos negócios é o primeiro passo para reativar a economia, evitar o êxodo rural e garantir uma porta de saída para os programas sociais” (SEBRAE, 2008, p.15).

- **Muitos pequenos negócios e muitas grandes empresas**

“Com estruturas econômicas e produtivas mais complexas, essas cidades representam 28% das existentes no Brasil” (SEBRAE, 2008, p.15). Os pequenos negócios representam parcela importante no fenômeno da informalidade e também na redução dos altos índices de desemprego.

Conforme o Guia Prático do Prefeito Empreendedor, Sebrae (2008), os incentivos municipais para o desenvolvimento de um ambiente empreendedor favorável devem ser :

- Incentivar a redução do uso de matérias-primas e produtos que agridem o meio ambiente e o aumento da reutilização e da reciclagem. As atividades produtivas de menor escala são mais flexíveis para adotar medidas sustentáveis de produção.
- Investir em gestão ambiental e infraestrutura para os pequenos negócios, como transporte de pessoas e materiais; criação de novos espaços públicos para comercialização, o que estimula o empreendedorismo; organização das ruas, polos ou centros comerciais; educação básica para o aumento da produtividade e, conseqüentemente, da competitividade regional; construção de espaços para feiras de negócio é uma maneira de atingir novos mercados e atrair compradores; investimento em inclusão digital; investimento em telecomunicação ou parcerias na área; programas de qualificação profissional e apoio à saúde do trabalhador para garantir a qualidade da mão de obra.
- Diminuir a burocracia com a centralização de atendimentos e informações; caracterização e diferenciação dos níveis de risco da atividade; alvará provisório, acesso a serviços pela internet;
 - Reduzir a informalidade;
 - Desonerar e simplificar a política monetária para os pequenos negócios;
- Priorizar as micro e pequenas empresas nas compras governamentais, fazendo uso da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, ou seja, utilizar o conceito de que a melhor proposta é aquela que visa ao desenvolvimento econômico e social do País;
- Promover a diversificação de mercados, como incentivar a exportação ou venda em outras regiões;
 - Investir no acesso à inovação tecnológica;
 - Apoiar o associativismo e a cooperação, como a criação e consolidação de organizações coletivas;
 - Facilitar o acesso ao crédito e aos serviços financeiros;

- Promover a educação empreendedora e profissionalizante; e
- Implantar a Lei Geral Municipal.

Por fim, o ambiente empreendedor tem relação com a administração pública, com as características e cultura dos atores regionais, com a estrutura de apoio às empresas e com os demais fatores que contribuem para o crescimento e desenvolvimento dos empreendimentos.

3 O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO AMBIENTE EMPREENDEDOR NA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA

3.1 O território, a região e o desenvolvimento regional

Ao abordar o desenvolvimento de uma região, há uma diversidade de entendimentos e construções acerca do tema, que precisam ser definidos para melhor operacionalizar teórica e metodologicamente o problema proposto na presente pesquisa.

Conforme Benko (1999), a ciência regional surgiu no período pós-guerra como uma abordagem interdisciplinar em que a homogeneização espacial das economias nacionais, com base no pensamento keynesiano, se tornava prioritária nos países desenvolvidos.

A partir dos anos 40, a investigação de fatores como a localização das atividades econômicas, a organização e estruturação do espaço, as interações espaciais e o desenvolvimento regional tornaram-se mais sistemáticos. Passou-se das análises setoriais para o “esquema geral do equilíbrio espacial do sistema”. (BENKO, 1999 p. 65).

Na primeira etapa do ordenamento do território, tentou-se identificar os fatores exógenos com relação à implantação das indústrias de alta tecnologia, ou seja, os motivos dessas instalações. Identificava-se a importância da mão de obra, dos transportes, da transformação da paisagem, do ordenamento das zonas de atividades, entre outros fatores que levaram à descrição e caracterização os espaços analisados.

Num segundo momento, ainda conforme Benko (1999), os investigadores verificaram as consequências da localização e relacionaram os problemas de localização, ou motivos de localização, com a teoria do ciclo de vida do produto. Entretanto, outras reflexões mais globalizantes foram relacionadas com a moderna economia e suas ligações com as diversas formas de organização da produção, dos mercados e das hierarquias, baseando-se em teorias econômicas complexas e analisando as transformações do sistema produtivo.

A economia complexa foi entendida como a desconcentração das grandes empresas em redes de unidades especializadas, iniciando a ideia de empresas menores, onde cada parte se instalava no local que apresentasse o maior retorno.

Assim, formou-se a aglomeração densa em diversos países, formada pela proliferação das ligações interempresas, os arranjos produtivos locais (APLs).

Outras teorias de desenvolvimento formaram-se ao longo do tempo, conforme Benko (1999), que, como exemplo, cita a teoria apresentada por François Perroux, o primeiro a abordar a questão espacial na economia. Para Perroux (*apud* BENKO, 1999), o crescimento, ou desenvolvimento, dependia, exclusivamente, do desempenho econômico dos centros urbanos e difundia-se pela região. O crescimento partia, então, do centro urbano para o regional e deste, conseqüentemente, para o nacional.

Perroux entendia a formação de região a partir da polarização, ainda utilizada por diversos profissionais, mas que diverge da concepção atual de formação de região. Constata-se que crescimento e desenvolvimento estão diretamente relacionados nessa fase.

As regiões polarizadas apresentam um território com uma cidade como centro polarizador e dinamizador de ações. Essa é uma concepção que entra em crise a partir dos anos 90, quando se passa a entender que desenvolvimento não se restringe à industrialização e à urbanização, mas como o estudo de estratégias “que buscam elevar o padrão de vida (bem-estar) de uma coletividade, incluindo a elevação da renda *per capita* da população, redução das desigualdades na distribuição de renda, redução dos índices de analfabetismo, melhores condições de saúde, habitação, higiene, entre outros” (MORAIS e ETGES, 2009).

A partir dos anos 90, os conceitos atuais de ciência regional entram em cena, definindo território como a integração da ação social com o espaço geográfico. É um espaço construído por atores com a presença de fatores como a cultura, a história local, a economia, a natureza, o poder presente em determinado local. É a relação entre todas essas forças aplicadas em um espaço-lugar (FLORES, 2006).

Território, segundo Dallabrida (2006, p. 161), “refere-se a uma fração do espaço historicamente construída através das inter-relações dos atores sociais, econômicos e institucionais que atuam nesse âmbito espacial, apropriada a partir de relações de poder sustentadas em motivações políticas, sociais, econômicas, culturais ou religiosas, emanadas do Estado, de grupos sociais ou corporativos, instituições ou indivíduos”, ou seja, refere-se não à propriedade (espaço físico), mas a sua apropriação.

O espaço, conforme Raffestin (1993), refere-se ao patrimônio natural existente em uma região definida, ou seja, uma delimitação geográfica onde tudo acontece, e o território é a apropriação do espaço pela ação social de diferentes atores, incorporando os jogos de poder entre os mesmos.

Santos (2000) apresenta a definição de espaço como espaço banal, que leva em conta todos os elementos do espaço que faz perceber a inter-relação entre os fenômenos, ou seja, um espaço de todos os homens, de todas as instituições, de todas as empresas, independentemente de suas forças ou influências.

Ao abordar a região, Lencioni (2001) destaca que a palavra tem sentidos variados para a sociedade, que a exprime, muitas vezes, por metáforas. Mesmo os geógrafos apresentam diferentes conceitos e os avanços dos estudos, nesse sentido, centram-se ora na análise dos fenômenos da natureza, ora nos aspectos que interessam à sociedade.

Na geografia tradicional, a região pode ser uma relação do homem com o seu meio e, posteriormente, a relação entre variáveis e objetos segundo semelhanças, onde a região é predefinida e cabe ao pesquisador reconhecê-la com base nas variáveis. “Nesse sentido, regionalizar passou a significar classificar regiões” (LENCIONI, 2001, p. 192).

Mas a autora apresenta outra visão de região, que é utilizada nesta pesquisa, uma visão dinamizada e refere-se ao conceito de que uma região não é autoevidente, ou seja, não há regiões predefinidas com bases claras. A região deve ser analisada e apresentada aos interessados após um processo de investigação, tendo como base os critérios do pesquisador.

Essa é uma tendência anti-homogeneidade, que tenta entender o particular e partir para o todo. É a tendência da ciência atual, para onde se devem conduzir as discussões sobre o desenvolvimento regional.

Dallabrida (2006, p. 141) prefere conceber região como “um âmbito espacial demarcado a partir de propósitos políticos, econômicos ou administrativos, identificando-se como um subespaço do espaço total (nacional ou mundial) pelas suas diferenças funcionais e especiais. Sua constituição resulta das determinações externas (interesses globais e nacionais) e da qualidade e densidade das relações sociais e institucionais locais”.

Na visão de Lencioni (2001, p. 200), há dois grandes marcos de interpretação em torno do objeto da geografia. “O primeiro entende que a geografia estuda a

relação do homem com o meio e o segundo a concebe como um campo do conhecimento particular voltado para o estudo das diferenciações das áreas”.

Essas duas linhas de interpretação induzem a concepções diferentes de região, onde a primeira indica que as regiões existem por si, são autoevidentes, e a segunda indica que a região não existe por si mesma, “ela se conforma no final do processo de investigação, processo esse que constrói o recorte espacial por meio de elaboração de critérios definidos no processo de investigação” (LENCIONI, 2001, p. 200).

Em todo o processo há a presença fundamental dos atores que exercem poder, desenvolvem política, sistema econômico e formas de produção. As particularidades políticas e sociais de uma região e o processo de formação contribuem para a compreensão do motivo das aglutinações e, então, para pensar a territorialização e o desenvolvimento territorial e regional (RAMBO e RÜCKERT, 2011).

Os autores citados afirmam que não raro é a presença de fatores exógenos com objetivos e interesses divergentes dos apresentados pelos fatores endógenos. Essa presença poderá interferir nos resultados daquele território, sendo possível não satisfazer as necessidades ou não atingir os objetivos dos atores locais.

O desenvolvimento se dá no momento em que os atores se reconhecem como sociedade ou comunidade e têm como referência primeira o seu território, sendo ativos e direcionando suas ações em busca do desenvolvimento de suas potencialidades.

O objetivo do desenvolvimento é triplo, para Boisier (1996), pois busca o aperfeiçoamento do território, o aperfeiçoamento da sociedade ou comunidade e o aperfeiçoamento de cada pessoa.

O desenvolvimento de um território organizado “depende da existência, da articulação e das condições de manejo de seis elementos, que normalmente estão presentes em qualquer território organizado. Esses elementos são: a) atores, b) instituições, c) cultura, d) procedimentos, e) recursos, e f) entorno” (BOISIER, 1996, p. 133).

Há ainda dois outros elementos importantes na discussão sobre desenvolvimento territorial: a densidade institucional e a inovação territorial coletiva, conforme Fernández (2004). O primeiro está relacionado à presença e à integração de diferentes instituições públicas e privadas no território e o segundo à capacidade

de inovação permanente com base nos resultados das relações de cooperação entre os atores.

Quanto à inovação, ela não está restrita à inovação tecnológica, mas à criação de um clima social favorável ao desenvolvimento, à constituição de redes de cooperação locais, à presença de instituições que busquem o desenvolvimento e à melhoria na formação de recursos humanos, esses entendidos como os atores daquele território (MÉNDEZ, 2002).

Além desses aspectos, a valorização de uma forma de produção deverá ter relação direta com o aumento de qualidade e com a valorização de um território, onde é importante a relação de bem-estar e desenvolvimento de todos.

Foi o desenvolvimento do modo capitalista que promoveu a dissociação dos conceitos de território e desenvolvimento, pois um não estava relacionado ao outro, a não ser como meio de fornecimento. Essa concepção surgiu na era da revolução industrial e, posteriormente, tentou buscar a homogeneização territorial, que era entendida como a única forma de fazer desaparecer o constrangimento das diferenças dos locais e das sociedades.

Esse entendimento de acumulação muda com o surgimento de um novo modelo, o regime de acumulação flexível. O processo de economia flexível busca dar sustentabilidade em um mundo unipolar, entendendo o desenvolvimento como qualidade de vida. Nesse processo, o território é internalizado, com atores fazendo parte do espaço.

A ideia de pertencimento, quando ao extremo, pode fazer com que não seja mais admitida a presença da fome, o excesso de violência ou a falta de cultura em uma região. Pode levar à conscientização de que é necessário sentir-se como um só.

Nesse contexto, torna-se importante a visão de desenvolvimento sustentável e desenvolvimento sustentado. No desenvolvimento sustentado, o comando é feito pelo mercado, onde os atores são hegemônicos (grandes complexos transnacionais) e o desenvolvimento é desterritorializado. Forma-se a rede vertical, onde o mercado comanda o desenvolvimento.

Para o desenvolvimento sustentável, os atores regionais (sociedade organizada) em uma contiguidade territorial formam regiões horizontais com base no território, sendo o território o entendimento do complexo, do espaço internalizado, usado.

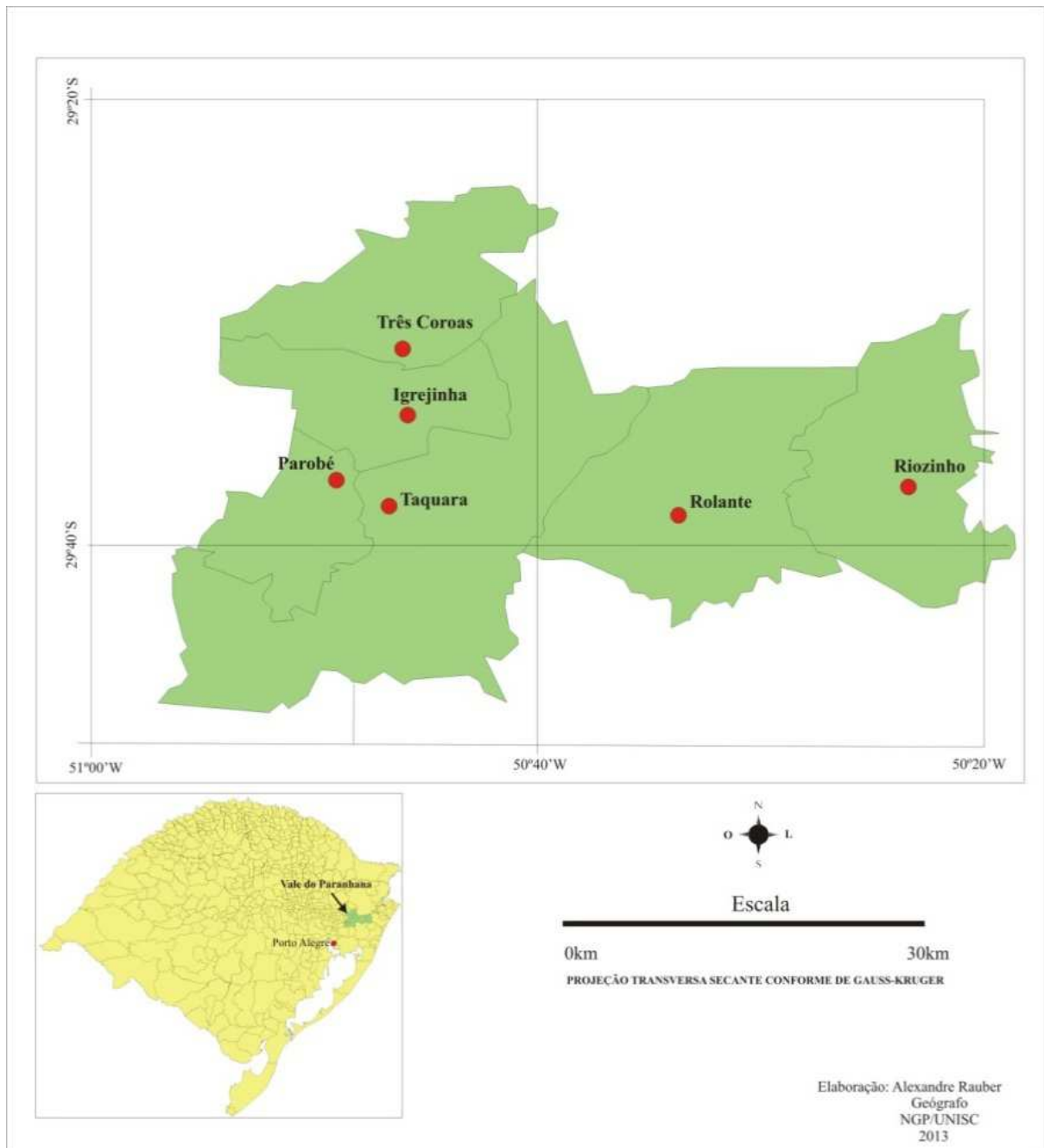
Os atores regionais, através da consciência empreendedora e de ações empreendedoras, devem compreender a relevância do desenvolvimento sustentável e agir regionalmente com esse objetivo. É através da formação de um ambiente favorável que se pode buscar o desenvolvimento regional.

3.2 A Região do Vale do Paranhana

A região pesquisada é o Vale do Paranhana (VP), formada pelos municípios de Igrejinha, Parobé, Riozinho, Rolante, Taquara e Três Coroas. Sua área total é de 1.424,7 km², sendo os municípios mais significativos em extensão territorial: Taquara, com 32,1% da área, e Rolante, com 20,8%, possuindo os dois municípios mais de 50% do total da região do VP, o que se pode verificar na figura 1 e na tabela 3.

A distância média entre os municípios da área e a capital do Estado, Porto Alegre, é de 85,5 km, sendo que o município mais próximo da capital é Parobé, com distância de 69 km, e o município mais distante de Porto Alegre é Riozinho, ficando a 106 km de distância, conforme informações do DAER (2012), que podem ser visualizadas na figura 1.

Figura 1 - Mapa de localização do Vale do Paranhana



Fonte: FEE (2011).

Com o desenvolver da atividade agrícola, os habitantes da região passaram a investir em indústrias diversas, com destaque ao calçado e ao mobiliário, além da indústria metalúrgica, mais recentemente. Com isso e com a necessidade de escoar a produção da região, constituiu-se um forte segmento comercial e de prestação de serviços.

A população total do VP foi de 186.791 habitantes em 2011, conforme tabela 3, que está concentrada principalmente nos municípios de Taquara e Parobé, com

54.830 e 51.965 habitantes respectivamente. Taquara é o município mais antigo da região, criado em 17/04/1886, e deu origem a três dos outros cinco municípios do VP: Igrejinha, Parobé e Três Coroas. Apenas Riozinho e Rolante tiveram sua origem em Santo Antônio da Patrulha.

Dentre os municípios da região, Parobé é o que apresenta a maior densidade demográfica (476,6 hab/km²) e Riozinho a menor densidade demográfica (18,20 hab/km²). Além dessas informações, que podem ser verificadas na tabela 3, há outras informações relevantes para a análise da região, como taxa de analfabetismo, que está em 5,22% e tem como referência a do Brasil com 9,6%, e a taxa e mortalidade infantil, com média de 13,28%, enquanto no Brasil o mesmo coeficiente é de 15,6%. (IBGE, 2011)

Tabela 3 – Dados gerais dos municípios do Vale do Paranhana

Município	Igrejinha	Parobé	Riozinho	Rolante	Taquara	Três Coroas	VP
Dados							
População Total (2011)	31.961	51.965	4.346	19.585	54.830	24.104	186.791
Área – km² (2011)	136,80	109,00	239,30	297,00	457,10	185,50	1.424,70
Densidade Demográfica - Hab/Km²(2011)	233,60	476,60	18,20	65,90	119,90	129,90	174,02
Taxa de analfabetismo de pessoas com 15 anos ou mais (2010)	3,48	4,56	8,39	6,59	4,34	3,97	5,22
Coeficiente de mortalidade infantil (2010)	11,67	7,64	26,32	8,55	13,77	11,73	13,28
PIB per capita (2010)	27.704,00	12.750,00	15.223,00	13.832,00	13.628,00	22.846,00	17.663,83
Data de criação do município	1/6/1964	1/5/1982	9/5/1988	15/12/1954	17/4/1886	12/5/1959	
Origem do município	Taquara	Taquara	Rolante	Sto. Antônio da Patrulha	Sta. Cristina do Pinhal	Taquara	

Fonte: IBGE (2011). Organização da autora.

Com relação ao crescimento e movimentação populacional, que podem ser analisados nas tabelas 4 e 5, o município de Taquara possuía, em 2010, 29,35% do total de habitantes do VP, sendo o que apresenta o maior contingente de habitantes da região. Desses, 82,8% residem na zona urbana e 17,2% residem na zona rural. Riozinho é o município com menor número de habitantes, com 2,33% dos habitantes da região.

Também se percebe uma significativa movimentação da população rural de toda a região nas décadas de 1970 para 1980 e na de 1990 para 2000, que estabiliza, após os anos 2000, na maior parte da região, salvo em Riozinho e Três

Coroas, municípios identificados, atualmente, como os mais rurais da região juntamente com Rolante.

O município de Parobé, criado em 1982, quando constituído, já apresentava características do período de industrialização e, por esse motivo, não tem a presença rural marcante.

Não se pode afirmar que toda a movimentação ocorreu em função da transferência da população rural para as “cidades”, pois nesse período houve um elevado crescimento populacional na região, que foi de 27,20% entre a década de 1970 e a de 1980, enquanto, no mesmo período, o Rio Grande do Sul teve um crescimento de 17,57%.

Entre os anos 1980 e 1990, o VP teve um crescimento populacional de 67,73%, enquanto o Rio Grande do Sul cresceu em 15,02%. Na década de 1980, três municípios da região do VP se emanciparam, o que pode ter influenciado a taxa de crescimento populacional de 67,73%.

Dos anos 1990 para 2000, a população do VP cresceu em 30,62% e a do Rio Grande do Sul em 11,45%. Por fim, entre os anos de 2000 e 2010, o VP teve crescimento populacional de 11,92% e o crescimento populacional no Rio Grande do Sul foi de 5,03%.

Constata-se que, em todo o período, o crescimento populacional da região foi superior ao crescimento do estado do Rio Grande do Sul, provavelmente, em função da industrialização, o que pode ser confirmado pelo crescimento populacional de 1,9% em 2 anos, passando de 182.008 habitantes em 2008 para 185.468 habitantes em 2010, crescimento significativamente superior ao do Rio Grande do Sul, que obteve variação percentual de 0,8% do ano de 2008 para 2010. Os municípios pertencentes ao VP que mais cresceram demograficamente, nesse período, foram Três Coroas, com 3,6%, Igrejinha, com 2,9%, e Parobé, com 2,4% de variação percentual, municípios com crescimento industrial.

O município com maior parcela de habitantes na zona rural é Riozinho, com 36,5%, mas, ainda assim, apresenta um alto percentual de habitantes na zona urbana (63,5%) (FEE, 2011).

Tabela 4 - Vale do Paranhana: crescimento e movimentação populacional – 1970 a 1980

ANO	1970						1980					
	Urbana		Rural		TOTAL		Urbana		Rural		TOTAL	
		%		%		%		%		%		%
Igrejinha	2.970	42,06	4.092	57,94	7.062	11,88	8.381	69,68	3.646	30,32	12.027	15,9
Parobé	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Riozinho	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rolante	2.481	16,69	12.385	83,31	14.866	25,00	5.491	46,66	6.278	53,34	11.769	15,56
Taquara	18.270	58,62	12.897	41,38	31.167	52,41	30.342	73,33	11.034	26,67	41.376	54,7
Três Coroas	2.392	37,55	3.978	62,45	6.370	10,71	6.862	65,54	3.608	34,46	10.470	13,84
TOTAL DO VP	59.465					100	75.642					100

Fonte: IBGE (2012).

Tabela 5 - Vale do Paranhana: crescimento e movimentação populacional – 1990 a 2010

ANO	1991						2000						2010					
	Urbana		Rural		TOTAL		Urbana		Rural		TOTAL		Urbana		Rural		TOTAL	
		%		%		%		%		%		%		%		%		%
Igrejinha	18.997	92,61	1.517	7,39	20.514	16,17	25.530	95,38	1.237	4,62	26.767	16,15	30.190	95,36	1.470	4,64	31.660	17,07
Parobé	30.771	96,17	1.224	3,83	31.995	25,22	43.439	97,01	1.337	2,99	44.776	27,02	48.633	94,43	2.869	5,57	51.502	27,77
Riozinho	1.768	52,17	1.621	47,83	3.389	2,671	2.528	62,1	1.543	37,9	4.071	2,457	2.748	63,46	1.582	36,54	4.330	2,33
Rolante	9.970	74,29	3.450	25,71	13.420	10,58	13.928	78,02	3.923	21,98	17.851	10,77	15.310	78,57	4.175	21,43	19.485	10,51
Taquara	35.100	82,65	7.367	17,35	42.467	33,47	43.125	81,64	9.700	18,36	52.825	31,88	45.266	82,84	9.377	17,16	54.643	29,46
Três Coroas	11.862	78,62	3.225	21,38	15.087	11,89	17.067	87,84	2.363	12,16	19.430	11,72	20.546	86,15	3.302	13,85	23.848	12,86
TOTAL DO VP	126.872					100	165.720					100	185.468					100

Fonte: IBGE (2012).

Outro indicador que deve ser analisado é o Idese (Índice de Desenvolvimento Socioeconômico). A região do Vale do Paranhana apresentou um Idese de 0,693 no ano de 2009, abaixo do desempenho do Estado do Rio Grande do Sul, que, nesse mesmo ano, foi de 0,776.²

Dentre os fatores, os que mais contribuíram para a redução do Idese da região foram o saneamento e domicílios (0,391) e a renda (0,659). Avaliando o Idese 2009 dos municípios da região, percebe-se que todos apresentam um baixo índice nos mesmos indicadores: saneamento e domicílio e a renda, conforme tabela 7.

² O Idese, assim como o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), classifica as regiões em três níveis. Os indicadores variam de 0 a 1 e consideram baixos os índices até 0,499, médios os índices de 0,500 até 0,799 e altos os índices maiores ou iguais a 0,800.

Tabela 6 – Idese geral e por indicador dos municípios do Vale do Paranhana

Municípios - Classificação segundo o Idese geral – 2009					
Municípios e Região	Educação	Renda	Saneamento	Saúde	Idese
Igrejinha	0,838	0,741	0,430	0,894	0,726
Taquara	0,890	0,689	0,425	0,881	0,721
Três Coroas	0,839	0,674	0,392	0,889	0,698
Parobé	0,857	0,606	0,463	0,856	0,696
Rolante	0,863	0,662	0,358	0,857	0,685
Riozinho	0,825	0,581	0,280	0,859	0,636
Vale do Paranhana	0,852	0,659	0,391	0,873	0,693

Fonte: FEE (2011).

3.2.1 Educação nos municípios do Vale do Paranhana

Na região do VP, há um total de 196 escolas de educação infantil, ensino fundamental e médio com 46.120 alunos matriculados, sendo os seguintes municípios os mais significativos quanto ao número de matrículas em 2012: Taquara, com 32,03% do total de matrículas, Parobé, com 28,18% das matrículas, e Igrejinha, com 16,37% das matrículas. (Tabela 8). Esta região representa 1,8% do total de matrículas do Estado (Educação, 2012).

Tabela 7 - Educação no VP em 2012

Município	Número de escolas	%	Matriculados	%
Taquara	64	32,65	14.770	32,03
Parobé	36	18,37	12.996	28,18
Três Coroas	23	11,73	5.559	12,05
Igrejinha	35	17,86	7.548	16,37
Riozinho	10	5,10	970	2,10
Rolante	28	14,29	4.277	9,77
Vale do Paranhana	196	100,00	46.120	100

Fonte: Educação (2012).

As matrículas estão concentradas na rede municipal de ensino, seguida pela rede estadual e, em menor parte, na rede particular, conforme demonstra a tabela 9.

Tabela 8 – Distribuição das matrículas no VP em 2012

Matrículas na rede				
	Estadual	Municipal	Particular	TOTAL
Igrejinha	2.561	4.570	417	7.548
Parobé	2.892	9.894	210	12.996
Taquara	6.142	5.502	3.126	14.770
Três Coroas	1.225	4.098	236	5.559
Riozinho	401	569		970
Rolante	1.309	2.479	489	4.277
TOTAL DO VP	14.530	27.112	4.478	46.120

Fonte: Educação (2012).

Com relação à educação da rede estadual, em quatro de maio de dois mil e onze (04/05/2011), houve a aprovação das novas diretrizes curriculares nacionais para o ensino médio. Tais diretrizes darão mais autonomia para as escolas atenderem o seu público, dando ênfase a quatro eixos básicos: trabalho, cultura, ciência e tecnologia. Tal alteração foca, além da redução da evasão escolar, uma inovação no ensino com a introdução da pesquisa nesse período, o que deve desenvolver atores com pensamento crítico, com atitudes empreendedoras, estimulando a inovação do mercado de trabalho, além da proximidade e inclusão da escola nas necessidades e na realidade regional (CNE, 2012).

A implantação das novas diretrizes está sendo realizada pelas escolas estaduais da região do VP desde o início do ano letivo de 2012 com o suporte técnico do núcleo de educação da FACCAT.

Com relação à disponibilidade de cursos técnicos, os cursos mais ofertados na região são Contabilidade e Informática, ministrado cada um deles em quatro instituições diferentes. Do total de cursos técnicos, 77% são ministrados no município de Taquara, 15,3% em Igrejinha e 7,7% em Rolante.

Além das matrículas e instituições relacionadas anteriormente, existem três instituições de ensino superior na região: a Faculdade Tecnológica Dental CEEO, a Universidade Anhanguera – UNIDERP e as Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT.

A Faculdade Tecnológica Dental é uma instituição nova, com menos de cinco anos, e oferece o Curso de Radiologia.

A Universidade Anhanguera está presente na região com quatro cursos na modalidade a distância: Administração, Ciências Contábeis, Serviço Social e

Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, tendo o polo de apoio presencial em Taquara.

As Faculdades Integradas de Taquara estão na região desde 1969 e oferecem dezessete cursos de graduação presenciais e cursos de pós-graduação nas áreas em que atuam: Administração, Ciências Contábeis, Comunicação Social (Relações Públicas e Publicidade e Propaganda), Enfermagem, Engenharia de Produção, Tecnologia em Gestão Comercial, Tecnologia em Gestão da Qualidade, História, Letras, Matemática, Normal Superior, Pedagogia, Psicologia, Sistemas de Informação, Turismo e Tecnologia em Sistemas para Internet.

Além do ensino superior, a FACCAT também desenvolve atividades de extensão com e para a comunidade, dimensão não desenvolvida pelas demais instituições de ensino superior.

3.2.2 Economia dos municípios

Os municípios que compõem o VP possuíam, em 2011, um total de 11.087 empresas privadas, de todos os tamanhos, que empregavam 53.004 pessoas. (RAIS, 2011)

Dessas 11.087 empresas, 10.480 eram microempresas, conforme classificação do SEBRAE, e 527 eram empresas de pequeno porte, totalizando 11.007 micro e pequenas empresas no VP, que representavam 99,28% das empresas privadas da região. Tal percentual acompanha a estatística nacional, onde 99,27% dos 4,5 milhões estabelecimentos do Brasil são MPEs. (IBGE, 2010)

As 11.007 MPEs empregavam 30.422 pessoas, ou seja, 57,4% do total dos empregos formais do VP, distribuídos conforme a tabela 10.

Tabela 9 – Distribuição de empresas privadas do VP e de empregados formais de acordo com o porte das empresas - 2011

	Empresas privadas	%	Empregados	%
Total de empresas	11.087	100,00	53.004	100,00
Total de MPE	11.007	99,28	30.422	57,40
Microempresas	10.480	94,53	14.117	26,63
Pequenas empresas	524	4,73	16.305	30,76

Fonte: RAIS (2011). Adaptado pela autora.

As empresas também estão distribuídas conforme demonstrado na tabela 11, que pode indicar a concentração das empresas no município de Taquara (30,71%), depois em Igrejinha (20,98%) e em Parobé (20,17%).

Vale ressaltar as atividades predominantes por município, sendo que, em Taquara, 46,17% das empresas são do setor do comércio e 29,22% do setor de serviço, somando mais de 75% das empresas do município.

Já em Igrejinha, há um equilíbrio entre o comércio (36,97%) e a indústria (36,67%), seguido do serviço com 22,10%.

Em Parobé, o comércio representa 43,74% da atividade do município, seguido da indústria (33,86%) e, posteriormente, do serviço (18,52%).

Três Coroas tem na indústria a sua principal atividade (45,67%), Rolante apresenta um equilíbrio entre indústria (35,39%) e comércio (38,68%) e Riozinho tem no comércio a sua principal atividade (45,20%).

A agropecuária e a construção civil são pouco exploradas na região.

Tabela 10 - Distribuição das empresas privadas por setor nos municípios do Vale do Paranhana - 2011

SETOR	Igrejinha		Parobé		Riozinho		Rolante		Taquara		Três Coroas		Total	
		%		%		%		%		%		%		%
Indústria	853	36,67	757	33,86	57	32,20	355	35,39	682	20,03	886	45,67	3.590	32,38
Construção Civil	94	4,04	78	3,49	1	0,56	26	2,59	128	3,76	38	1,96	365	3,29
Comércio	860	36,97	978	43,74	80	45,20	388	38,68	1.572	46,17	622	32,06	4.500	40,59
Serviços	514	22,10	414	18,52	34	19,21	220	21,93	995	29,22	382	19,69	2.559	23,08
Agropecuária	5	0,21	9	0,40	5	2,82	14	1,40	28	0,82	12	0,62	73	0,66
Total	2.326	100,00	2.236	100,00	177	100,00	1.003	100,00	3.405	100,00	1.940	100,00	11.087	100,00

Fonte: RAIS (2012)

Para identificar a localização das médias e grandes empresas, apresenta-se a distribuição das empresas privadas por setor, município e tamanho, conforme classificação do SEBRAE, na tabela 12.

As empresas de médio e grande porte são, na sua maioria, indústrias localizadas em Três Coroas, Parobé e Igrejinha.

Tabela 11 - Distribuição das empresas privadas por setor, município e tamanho - 2011

Município	Indústria			Construção Civil		Comércio			Serviços			Agrop.		TOTAL
	Micro	Peq.	Méd./Grand e	Micro	Peq.	Micro	Peq.	Méd./Grand e	Micro	Peq.	Méd./Grand e	Micro	Peq.	
Igrejinha	779	60	14	92	2	827	31	2	491	21	2	5	0	2.326
Parobé	675	67	15	73	5	947	30	1	398	15	1	9	0	2.236
Riozinho	44	10	3	1	0	80	0	0	34	0	0	4	1	177
Rolante	288	62	5	26	0	372	15	1	212	8	0	14	0	1.003
Taquara	640	35	7	125	3	1.511	56	5	962	29	4	27	1	3.405
Três Coroas	811	57	18	38	0	608	13	1	375	6	1	12	0	1.940
Total	3.237	291	62	355	10	4.345	145	10	2.472	79	8	71	2	11.087

Fonte: RAIS (2012)

Com base nos dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), buscou-se o número de estabelecimentos e empregados por setor de atividade econômica com a intenção de identificar o mercado formal da região do VP, conforme dados apresentados na tabela 13, a seguir.

Tabela 12 - Distribuição dos empregos formais por setor de atividade no VP em 2011

	Microempresa		Pequena empresa		Total		%
	Nº empresas	Nº empregados	Nº empresas	Nº empregados	Empresas	Empregados	
Indústria	3.048	7.394	292	11.839	3.340	19.233	63,22
Comércio	4.345	3.880	145	2.612	4.490	6.492	21,34
Serviço	2.482	1.943	79	1.347	2.561	3.290	10,82
Construção Civil	355	668	10	425	365	1.093	3,59
Agropecuária	250	232	1	82	251	314	1,03
Total	10.480	14.117	527	16.305	11.007	30.422	100,00

Fonte: RAIS (2011). Adaptado pela autora

Verifica-se que a indústria é o setor que mais emprega (63,22% da mão de obra total) e cada estabelecimento emprega, em média, 5,76 trabalhadores.

A pequena empresa emprega mais apenas no setor da indústria, pois, nos demais setores, a microempresa é responsável pelo emprego formal da maior parte da mão de obra local em números absolutos.

O comércio é o segundo setor que mais emprega, com 21,34% da mão de obra ocupada, onde cada estabelecimento emprega, em média, 1,45 empregado.

O serviço vem em terceiro lugar, empregando 10,82% da mão de obra total da região e emprega, em média, 1,28 trabalhador por estabelecimento.

A construção civil está em quarto lugar, empregando 3,59% da mão de obra do VP, mas cada empreendimento desta área emprega, em média, 2,99 trabalhadores, o que coloca a construção civil como a segunda área que mais poderia empregar na região.

A agropecuária aparece em quinto lugar, empregando 1,03% da mão de obra da região e 1,25 empregado por estabelecimento.

Além do número de postos de trabalho, é relevante avaliar o Valor Adicionado Bruto (VAB), que demonstra a distribuição da origem da riqueza gerada pelos níveis de atividades econômicas, o que dá uma visão da característica da economia de um município ou região. A distribuição média do VAB nos municípios que compõem a região do VP, no ano de 2008, foi de 3,70% para o setor de Agropecuária, 37,69% para a Indústria e 58,61% para o setor de Serviços e Comércio. Os municípios do VP que têm maior participação percentual do segmento industrial são Três Coroas, com 48,78%, e Igrejinha, com 48,43%, demonstrando a importância do setor industrial nos dois municípios (SENAI, 2011).

Na variação percentual do número de estabelecimentos e colaboradores por subsetor de atividade econômica do VP no período de 2001 a 2011, verifica-se que o número de vagas do mercado formal aumentou em 32% e o número de estabelecimentos em 15%.

Quanto à variação percentual do número de estabelecimentos da região do VP, constata-se que os subgêneros com destaque de variação positiva foram a Construção Civil, com 83% de variação, e Transportes e Comunicações, com 31%.

Com a crise econômica mundial iniciada em 2008, as exportações no Rio Grande do Sul foram fortemente afetadas, sendo a Indústria calçadista um dos segmentos mais atingidos, como se pode observar de acordo com Hoff (2011, p. 48):

O ocorrido no setor coureiro-calçadista é revelador: tendo representado 20,0% das exportações do Estado em 2003, vem acumulando quedas nas exportações ano a ano, de modo que, atualmente (primeiro semestre de 2011), estas representam 6,9% da pauta gaúcha.

Essa situação fez com que o setor calçadista tivesse uma queda no número de postos de trabalho do ano de 2008 (431 novos postos) para 2009 (-231 postos). Porém, esse segmento industrial demonstra estar se restabelecendo pouco a pouco.

Em pesquisa realizada com 120 empresários, proprietários de indústrias da região do Vale do Paranhana sobre as demandas do mercado de trabalho, organizada pelo SENAI (2011), foi questionado sobre o aumento ou redução do faturamento das mesmas.

Nas respostas para essa questão, dos entrevistados, 62% dos respondentes confirmaram que houve um crescimento no faturamento entre os anos de 2008 e 2010 e que os motivos desse crescimento foram o aumento do volume produzido (29% dos casos), novas estratégias da empresa (27% dos casos) e produtos com maior valor agregado (17% dos casos), entre outros.

A relevância da análise está nos 27% dos casos onde novas estratégias levaram ao aumento de faturamento, assim como nos 17% dos casos que se referem à oferta de um produto mais elaborado. Esses são indicadores de empreendedorismo.

Ainda, no desenvolvimento da pesquisa do SENAI (2011), questionou-se sobre a previsão de faturamento entre 2012 e 2014 e 48% das empresas pesquisadas indicaram uma previsão de crescimento no faturamento, sendo, novamente, os principais fatores para essa previsão a adoção de novas estratégias para a empresa (33%) e produtos com maior valor agregado (8%), além da expectativa de crescimento (37%).

A pesquisa questionou também se a empresa realizou treinamento e aperfeiçoamento de mão de obra e se necessita de aperfeiçoamento para os anos 2012-2014. Dos respondentes, 61% indicaram que têm necessidade de aperfeiçoamento de mão de obra e 60% indicaram que realizam treinamentos.

Das empresas que realizam treinamentos, 32% indicaram que a própria empresa é a entidade executora dos treinamentos, seguidas de 20% em que os treinamentos são realizados pelo SENAI, 17% por fornecedores, 13% por empresas ou instituições de treinamento especializadas (Sebrae, Sesc, Unimed, Cics, Versalit, PMTech, entre outras), 7% por universidades, sendo a Faccat a mais citada, 7% por outras instituições (como SESI e sindicatos) e 4% por escolas técnicas.

3.3 Principais agentes do ambiente empreendedor

A partir da técnica de pesquisa *Snowball*, identificaram-se as principais instituições de fomento ao empreendedorismo na região do Vale do Paranhana. Tais instituições contribuem direta ou indiretamente com as micro e pequenas empresas da região, bem como para o desenvolvimento desta região, a saber: Conselho Regional de Desenvolvimento Paranhana-Encosta da Serra (COREDE PES); Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana (CICS VP) e/ou Associação Comercial Industrial (ACI); Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT); Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL), representada em entrevista pela unidade de Igrejinha e Três Coroas; Sindicatos, representados pelo Sindicato dos Lojistas do Vale do Paranhana (SINDILOJAS), e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

A partir da identificação, as instituições foram caracterizadas com base em pesquisa documental e em entrevista com seus representantes, apresentada no apêndice 1. Durante as entrevistas, foram ainda citados os projetos Agenda Estratégica do Paranhana 2020 e o Projeto de Extensão Industrial Exportadora (PEIEX), que, por sua relevância, também foram analisados.

3.3.1 Corede Paranhana encosta da Serra – Corede-Pes

Os Conselhos Regionais de Desenvolvimento foram criados oficialmente em 1994 e são um fórum de discussão e decisão a respeito de políticas e ações que visam ao desenvolvimento regional (SEPLAG, 2012).

Desde 2008, são 28 Coredes, cujas regiões de abrangência estão agregadas em 9 regiões funcionais para fins de planejamento.

O Corede Paranhana Encosta da Serra (Corede-PES) foi criado, em 1994, através da Lei 10283, em obediência ao disposto no Art. 179 da Constituição Estadual de 1989 e é composto por duas microrregiões, a região do Vale do Paranhana e a região da Encosta da Serra.

A região do Vale do Paranhana distribui-se ao longo das rodovias RS 239 e RS 115, sendo ligação entre a região das Hortênsias e do Litoral Norte. É formada pelos municípios de Três Coroas, Igrejinha, Parobé, Taquara, Rolante e Riozinho. A região da Encosta da Serra está situada ao longo da BR 116 e faz ligação entre a

região metropolitana de Porto Alegre e o norte do país. É formada pelos municípios de Lindolfo Collor, Presidente Lucena, Santa Maria do Herval e Morro Reuter.

No total, o Corede-PES possui uma área de 1.732,76 km² e localiza-se na região nordeste do Rio Grande do Sul. Apresentava, em 2010, uma população estimada de 204.908 habitantes, sendo 87% população urbana e 13% população rural, e densidade demográfica de 135,574 habitantes por km² (FEE, 2011).

Os Coredes têm a finalidade de constituir canais de comunicação entre os segmentos organizados da sociedade das regiões e deles com a Administração Estadual para possibilitar a participação da comunidade na formulação e na implementação de iniciativas de promoção do desenvolvimento regional.

Os Conselhos Regionais de Desenvolvimento, COREDES, têm como princípio fundamental de ação e atuação a busca do desenvolvimento harmônico e sustentável, procurando a diminuição das desigualdades regionais e a ampliação da participação popular na definição das políticas públicas. Neste sentido a luta pela formulação de Planos Regionais de Desenvolvimento, com visão estratégica e integração de propostas, é uma recorrência de 17 anos, desde a formalização do movimento corediano. Esta busca é considerada parte essencial da organização da sociedade regional e local, pois tais planos são um instrumento indispensável de gestão pela sua capacidade de balizar a ação social e política (COREDE, 2011, p. 7).

Presidente do Corede-PES desde 1994, Delmar Henrique Backes cita como objetivos da instituição, também, “a promoção do desenvolvimento regional harmônico e sustentável; a integração dos recursos e das ações do governo na região; a melhoria da qualidade de vida da população; a distribuição equitativa da riqueza produzida; o estímulo à permanência do homem na sua região; e a preservação e a recuperação do meio ambiente.”

Sua missão é: “Promover o desenvolvimento regional com crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental mediante a formação e capacitação do cidadão, desenvolvendo processos de governança regional e articulação dos setores público e privado” (MENGDEN, 2010, p. 85).

Tem como visão: “Tornar-se uma região referência em desenvolvimento sustentável com base na educação e na ciência, fomentadora da participação cidadã nos processos decisórios regionais e na articulação operacional dos setores público e privado” (MENGDEN, 2010, p. 86).

Com relação às micro e pequenas empresas, o Corede-PES oportuniza, através do Polo de Inovação Tecnológica, que as empresas se habilitem para

projetos na área da pesquisa e tecnologia. Conforme o presidente, “a grande maioria dos empresários ainda não despertou para essa realidade [...]. O Corede-PES fez amplo levantamento para tornar realidade o Plano de Desenvolvimento Regional, de que, aos poucos, conforme passa o tempo, o empresariado tomará conhecimento e o utilizará para a empresa.”

Conforme dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), em 2011, a região do Corede-PES contava com 12.056 empresas ativas, de todos os tamanhos, que ofereciam aproximadamente 69.000 empregos formais, tendo a indústria a maior representatividade, com 71,98% dos empregos formais da região (MTE, 2012; FEE, 2011).

O Corede-PES trabalha, buscando melhorias e integração entre todos os componentes do ambiente empreendedor. Discute projetos e envolve a sociedade em ações que vão desde o meio ambiente à ciência e tecnologia. Entre temas de discussão estão estradas, mobilidade urbana, emprego, cultura, educação, saúde, diversificação, administração pública, entre tantos outros temas de interesse da sociedade.

3.3.2 Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana – CICS VP

A Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana (CICS VP), entidade sem fins lucrativos, foi fundada, em 23.07.1931, com o nome de Associação Comercial de Taquara. Em 1970, foi reestruturada para acompanhar o avanço da região impulsionado pela industrialização do piretro, com o conseqüente desenvolvimento do comércio e da agricultura, transformando-se em Associação Comercial e Industrial de Taquara (ACIT).

Em 1995, para modernizar-se, a ACIT foi transformada em Associação da Indústria, do Comércio e Serviços do Vale do Paranhana, passando a representar Empresas Industriais, Comerciais e de Serviços do Vale, abrangendo as cidades de Taquara, Parobé, Igrejinha, Três Coroas, Rolante e Riozinho.

Após a reestruturação em 1996, tornou-se Câmara e, em 16 de junho de 2006, passou a denominar-se Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana, CICS VP.

“Atualmente a CICS trabalha no apoio e desenvolvimento da Agenda Estratégica Paranhana 2020, envolvendo toda a comunidade regional (lideranças comunitárias, políticas, empresariais, de trabalhadores, ONGs, universidades, o poder público, etc.) a fim de tornar o Vale do Paranhana um lugar de primeiro mundo para se viver” (CISC VP, 2012).

Os objetivos da CICS VP são: acompanhar as mudanças do cenário econômico, político e social, planejando o futuro da região.

A entidade tem como missão: Promover ações de integração, capacitação e representação dos interesses das instituições do Vale do Paranhana.

E sua visão é: Ser a entidade integradora da região na busca pelo desenvolvimento sustentável.

Nota-se a presença de muitos agentes de fomento regional na diretoria da CICS VP, que visa a integrar estrategicamente a região e pensar regionalmente. As entidades e instituições que fazem parte dessa entidade de integração podem ser identificadas no quadro 4, que segue:

Quadro 4 - Atual Diretoria da CICS VP (2010-2014)

Cargo	Nome	Empresa
Presidente	Roger Fernando Ritter	Romeu R Ritter Corr. de Seguros
Vice-Presidente	Deumar Fill	Filler Alimentos
Vice-Presidente da Indústria	Werner Arthur Muller Jr	Werner Calçados Ltda
Vice-Presidente do Comércio	Liborio Werlang	CDL Igrejinha/Três Coroas
Vice-Presidente de Serviço	Marcos Kayser	TCA Informática
Vice-Presidente da Agropecuária	Renato Klein	A. Grings SA
1º Tesoureiro	João Roque Boff	J PAOLA LTDA
2º Tesoureiro	Alexander Bley	Madebley Ltda
1º Secretário	Carlos Geib	Marcenaria Real
2º Secretário	Jeferson A. Kellermann	Viva Vida Prod Lazer Ltda
Diretor Adm./Financeiro/Patrimônio	Karla Spalding	Spalding e Schenkel Associados.
Diretor Economia/Estatística	Rosnei Alfredo da Silva	Calçados Bibi Ltda
Diretor de Inovação/Tecnologia PMO	Monica Heidrich	Sindilojas VP
Diretoria Jurídica	Mario Henrique Ody	Assessoria Bion
Diretor de Meio Ambiente	Delmar Henrique Backes	FACCAT
Diretor de Infraestrutura	Ricardo Luiz Neumann	CITRAL S.A.
Diretor de Comunicação e Marketing	Eduardo Kellermann	Prod3
Diretor de Responsabilidade Social	Renato Fagundes	Unimed
Diretor de Relações Institucionais	Cezar Luiz Kerschner	Injetados Paranhana Ltda
Diretor da Qualidade e Competitividade	Fernando Neves	Inovativa Consultoria Organizacional
Conselho Fiscal	Evan Carlo Pioly	Pioly Contábil
Conselho Fiscal	Ivo Paraboni	Ferramentas Paraboni
Conselho Fiscal	Alice Lehnen	Alice Imóveis
Conselho Fiscal	Heitor Vanderlei Linden	Calçados Beira Rio S.A./Sindicato Igrejinha
Conselho Fiscal	Samuel Mossmann	Abastecedora Mosmann Ltda
Conselho Fiscal	Carlos Bley	C.J Fomento
Conselho Fiscal	Luis Carlos Heidrich	Prefeitura de Três Coroas
Conselho Fiscal	Cezar Luis Dalateia	CDL Igrejinha/Três Coroas
Conselho Fiscal	Sergio Luce	Sindicato Rural Vale do Paranhana

Fonte: CICSVP (2012).

Na atual diretoria, pode-se identificar a presença da maior parte das instituições apresentadas na presente pesquisa.

Conforme Roger Fernando Ritter, atual presidente da CICS VP, a entidade, com 85 anos, quando foi criada como Associação Comercial de Taquara, era uma entidade de um município que abrangia o que hoje são seis municípios, excluindo apenas Riozinho e Rolante, que têm uma diferença geográfica e histórica. Entre as décadas de 50 e 80, os municípios passaram a se emancipar, mas, mesmo assim, as entidades e os empresários usavam os trabalhos da então ACIT. Além do trabalho desenvolvido, a entidade tinha sempre um ponto de atendimento do SEBRAE, uma espécie de representação perante a Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul e dos escritórios de contabilidade. A entidade sempre foi extremamente representativa, mesmo sendo do município de Taquara e os demais estarem emancipados.

Identificando a necessidade de representatividade política e econômica da região, se iniciou, nos anos 90, um processo de criação de uma identidade regional, fundando o Vale do Paranhana, que tinha um slogan: “força da corrente” e figurativamente era representado por um par de sapatos com um canoísta em uma corredeira. “Foi o processo da criação da identidade regional para no futuro se trabalhar a mudança de perfil de representação”, afirma Ritter (2012).

Com o passar dos tempos, a entidade foi mudando, se adaptando e modernizando, quando passou a ser também o Comitê Regional da Qualidade no Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade. Percebe-se, a partir desse momento, uma mudança de perfil empresarial com o crescimento dos CDLs, além do SINDILOJAS. “Esse processo culminou em 94, quando houve uma mudança também de diretriz da CICS, deixando de ter associados empresários e passando a fazer a articulação de nível estratégico, e não mais operacional da região”.

Para desenvolver papel estratégico, a CICS VP, com a criação da Agenda Paranhana 2020, passou a atuar na articulação da integração do pensamento de visão de futuro, buscando contato com outras entidades para que essas fossem associadas à CICS VP e fizessem parte da diretoria da entidade.

Dentre os trabalhos desenvolvidos pela CICS VP na atividade empresarial, o presidente apontou as feiras coureiro-calçadistas: Feira Zero Grau, que ocorre com o Natal Luz, de Gramado, e a SICC (Salão Internacional do Couro e do Calçado), que ocorre, no outono, também em Gramado. “O resultado que se dá na feira aqui é

muito maior do que nas grandes feiras, além do investimento ser, mais ou menos, um quinto do que se tinha nas grandes feiras. [...] Então esse foi um trabalho no setor do calçado que a gente fez muito bem, que a gente conseguiu criar, mesmo não devendo ser tão operacional, mas por ser um tema estratégico no desenvolvimento regional, que é fortalecer e ampliar o principal arranjo produtivo do local.”

Ainda sobre projetos empresariais, pode-se citar o ECOCREDI, “que também é um processo que veio depois da Agenda 2020 para diminuir custos de cobrança, custos financeiros e reinvestir seu próprio capital do ramo coureiro-calçadista”. O projeto no setor do agrobusiness é o Rede Sabor Paranhana, que é um selo de localização. Os produtos com selo já tem espaço em alguns estabelecimentos, mas “[...] a nossa grande dificuldade ainda é fazer com que o pequeno empresário perceba valor nisso”.

Além dos projetos empresariais, com a Agenda 2020, a CICS VP participa de projetos também da iniciativa pública e privada, como, por exemplo: “Os candidatos à prefeitura assumiram um compromisso conosco de que, sendo eleitos, irão fazer um planejamento estratégico municipal com um método no qual se priorize, com a sociedade organizada, quais são as principais metas a serem atingidas”.

Dessa maneira, a entidade não trabalha diretamente com empresas de maneira individualizada, mas busca melhorias para a coletividade.

3.3.3 Agenda Estratégica do Paranhana 2020

Agenda Estratégica do Paranhana 2020 (Agenda) é um movimento da sociedade civil, coordenado pela CICS VP, iniciado em 2006, que “visa transformar o Vale do Paranhana numa região de primeiro mundo, ou seja, um lugar excelente para se viver e trabalhar” (PARANHANA, 2012).

O trabalho é desenvolvido pela comunidade, com o apoio dos setores público e privado, em torno de objetivos, metas e projetos considerados estratégicos. Trata-se de um planejamento que segue vários métodos, sendo o *Balanced Scorecard* o principal.

O primeiro encontro da Agenda ocorreu, em 7 de novembro de 2006, com a participação de, aproximadamente, 300 pessoas, e de lá até o momento montou-se o mapa estratégico da região e os projetos iniciais foram definidos e começados.

“Houve, desde o início, a participação da comunidade, de lideranças com experiência, cada um na sua área, e desde então nós temos dividido a Agenda por tema estratégico”, ressalta o diretor técnico da Agenda Estratégica do Paranhana 2020, Marcos Kayser.

Quanto à participação e continuidade, Kayser lembra que existem contextos diferentes na política, como, por exemplo, o prefeito pode mudar a cada quatro anos e então os representantes que participavam da Agenda não participarão mais, “o que é um erro. Se o cara está engajado com a região, com a cidade, com o movimento, tinha que continuar participando”.

A interatividade entre os públicos envolvidos e a Agenda se dá através de fóruns, que são a mecânica de reunir de novo as pessoas envolvidas, trazer o histórico e aplicar o PDCA³: “[...] planejamento é um dos pré-requisitos, é a integração das partes interessadas e quando tu vai pro ramo da sociedade é mais difícil ainda, porque tem duas dimensões que, as vezes, apesar de serem feitos de pessoas, são organismos que ao longo da história se separaram, isso é bem filosófico inclusive, que é o privado e o público, e nós estamos buscando essa união, o que é uma busca bem desafiadora, não que cada parte não se mantenha com as suas responsabilidades, mas no sentido de construir junto.[...] Então planejamento pra mim é a palavra chave. Não tem como sair disso. [...] Mas claro, nem todos concordam que a agenda é o caminho, e seria importante que os políticos e gestores compreendessem que a agenda é de toda a sociedade”.

A cada reunião, identificam-se os projetos mais emergentes e os que estão em andamento para montar os fóruns e as ações evoluírem.

A sociedade pode acompanhar os projetos e participar da Agenda, acessando o portal⁴, onde há o histórico, os projetos concluídos e em andamento, bem como indicadores da região.

3.3.4 Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT)

As Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT) são mantidas pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste (FEEIN), que foi criada, em 31 de dezembro de 1969, pelos prefeitos de Taquara, Rolante, Igrejinha, Três Coroas e

³ Ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Action)

⁴ Disponível em: www.paranhana.org.br

São Francisco de Paula com o objetivo de propiciar educação superior à população desses municípios.

A instituição iniciou sua trajetória, na década de 70, por meio de um convênio com a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e, em 1977, tornou-se autônoma com o nome de Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Taquara – FACCAT, que se tornou sua marca.

Em 1988, a instituição obteve do Ministério da Educação a autorização de funcionamento da Faculdade de Educação de Taquara (FACCAT, 2012).

Atualmente a instituição oferece 17 cursos em nível superior para a comunidade.

Tem como missão: “Compromisso com a promoção da excelência no ensino, na extensão e na pesquisa, contribuindo para o desenvolvimento de seres humanos cidadãos e conscientes de sua inserção e responsabilidade social”. E sua visão é: “Ser uma Instituição de Ensino Superior de referência com foco na qualidade e na excelência do ensino, da extensão e da pesquisa, proporcionando o desenvolvimento social para a comunidade em que está inserida” (FACCAT, 2013).

Além da graduação, a instituição desenvolve programas de extensão nos diversos centros, contemplando diferentes áreas e públicos, e cursos de especialização nas áreas em que atua.

Além do ensino, a instituição disponibiliza mão de obra para o mercado por meio do Banco de Talentos, que é um grande banco de dados que tem por finalidade reunir informações sobre os acadêmicos, traçando seu perfil e utilizando a tecnologia da informação para disponibilizar esse grande "Banco" às empresas da região do Vale do Paranhana, Sinos e Hortênsias que tenham interesse de recrutar novos talentos.

Esse é um trabalho constante que busca contribuir para o desenvolvimento de empreendedores, de profissionais dinâmicos, com visão estratégica e, ao mesmo tempo, aproximar o acadêmico e o mercado de trabalho.

Com relação às empresas, a FACCAT ainda oferece a prestação de serviços contábeis gratuitos. Os estudantes do Curso Ciências Contábeis prestam os serviços de declaração do imposto de renda, assessoria contábil, auditoria em associações e consultoria contábil, o que ocorre na disciplina de Estágio Supervisionado, com a supervisão de um professor.

Há o projeto Escola Móvel de Tecnologia (EMTEC), que tem como objetivo mostrar aos alunos e professores do ensino médio a importância das engenharias no desenvolvimento de produtos e processos que melhorem a qualidade de vida dos seres humanos, bem como as conexões existentes entre os ensinamentos básicos das ciências exatas e naturais e as aplicações práticas do dia a dia, além de despertar o interesse dos alunos para as áreas tecnológicas.

A Agência Experimental de Comunicação (AGECOM) é um espaço que os alunos de Comunicação Social têm para a experimentação prática, onde as instituições sem fins lucrativos e pequenas empresas podem buscar soluções de uma agência de propaganda e publicidade e de relações públicas. É um local para novas experiências e soluções criativas para clientes reais. O foco são instituições e empresas localizadas na região, para as quais os acadêmicos, de forma integrada, planejam, criam, produzem e apresentam as peças e defendem as ações propostas e todas as atividades que essas etapas incluem, seja na área de Publicidade e Propaganda ou na de Relações Públicas.

Na instituição, localiza-se o Polo de Inovação Tecnológica, que tem por objetivos capacitar recursos humanos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) para inclusão no setor industrial e gerar tecnologias inovadoras aplicáveis aos diversos setores produtivos do Vale do Paranhana, visando a torná-lo competitivo e promovendo a diversificação da produção.

O Centro de Serviços em Psicologia (CESEP) também é um projeto da FACCAT e oferece atendimento psicológico tanto aos alunos e funcionários da instituição, como à comunidade em geral. Oferece: psicoterapia individual, de casal e familiar; grupos terapêuticos e de apoio; palestras na comunidade, além de atividades acadêmicas, incluindo oficinas, congressos, eventos científicos. São atendimentos fornecidos pelos alunos estagiários do curso de forma gratuita.

A Empresa Júnior da FACCAT (EJ FACCAT) é uma associação sem fins lucrativos, integrada e gerida pelos alunos dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis e orientada tecnicamente pelo corpo docente da instituição. Oferece às empresas, principalmente micro e pequenas, da região do Vale do Paranhana a prestação de serviços de consultoria e planejamento nas áreas de Contabilidade e Administração, com uma política de preços acessíveis, de forma a facilitar o acesso de qualquer tipo de organização.

O Centro de Tecnologia de Informação da instituição é voltado aos acadêmicos e à comunidade regional e desenvolve atividades de:

- Informática Educativa, destacando-se os cursos gratuitos voltados para alunos especiais e crianças carentes, além de cursos específicos para a terceira idade;
- Treinamentos para funcionários de empresas da região mediante convênio com a FACCAT;
- Preparação de professores da região, através de parceria com as Secretarias de Educação do Vale do Paranhana e Região das Hortênsias, sem qualquer ônus para as prefeituras, para a implantação de centros de informática;
- Desenvolvimento de sistemas voltados para todos os setores da gestão estratégica da informação e baseados no uso de *software* livre e aberto, que são disponibilizados para a comunidade sem qualquer custo.

O Centro de Apoio à Educação Básica tem como finalidade contribuir para a melhoria do nível de ensino da educação básica nos municípios situados na região através de orientação pedagógica, cursos, seminários, palestras, encontros, oficinas e outras atividades. Periodicamente, realiza reuniões com os secretários municipais de educação e representantes de escolas de magistério, buscando traçar políticas de ação regional para o setor educacional.

Além dos projetos e programas apresentados, podem-se citar ainda o Colégio de Conselhos; o Negócio a Negócio em parceria com o SEBRAE, que posteriormente será apresentado; o PEIEX em parceria com a APEX Brasil, também será apresentado adiante; o PIBID (Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência) em parceria com o governo Federal; Projeto Extensão Produtiva e Inovação em convênio com o Governo do Estado e Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção de Investimento (AGDI), que teve início em 2013 e, por esse motivo, não será apresentado na presente pesquisa, dentre outros tantos desenvolvidos e liderados pela FACCAT.

O professor Delmar Henrique Backes, diretor-geral das Faculdades Integradas de Taquara desde 1979, complementou as informações, ressaltando que a instituição participa do ambiente empreendedor, principalmente formando profissionais qualificados para o mesmo. “A Faccat é um dos principais agentes de desenvolvimento da região, preparando os recursos humanos para as empresas.

Com o passar dos anos, houve uma mudança significativa para melhor com o ingresso dos egressos da Faccat no mercado de trabalho em varias áreas. Ressalta-se também que, enquanto ainda acadêmicos, na FACCAT, os jovens têm papel importante nas empresas, pois 90% dos estudantes trabalham.[...] São inúmeros projetos desenvolvidos e apoiados pela instituição, que oferecem apoio aos micro e pequenos negócios, dentre os quais podem ser citados o Extensão Empresarial, que teve um papel importante no início dos anos 90 e agora está retornando. Atendeu centenas de empresas, principalmente pequenas, através dos extensionistas e estagiários que dão assessoria direta na empresa. Igualmente o PEIEX, que trabalha na mesma forma, mas estimulando a exportação; o SEBRAE, parceria que iniciou em 2011; o COREDE, com sede na instituição; o Fórum do Turismo; o Polo de Inovação Tecnológica; inúmeros projetos na área da educação e para preparação dos professores.”

O diretor-geral ressalta que os empresários, aos poucos, estão despertando para a necessidade de atualização e participação nos projetos e atividades. “É necessário muita persistência e a interferência dos acadêmicos nas empresas, que contribuem indicando e demonstrando a necessidade de novas iniciativas. [...] a própria Faccat cria ambientes dentro e fora da empresa para mudanças positivas, mas a acomodação ainda é muito grande.”

Quando questionado sobre o futuro e sobre projetos em andamento, Backes informa que “está para ser criado a incubadora e o parque tecnológico, que trará, provavelmente, novidades para cada um dos municípios. São caminhos a serem trilhados para um futuro próximo. Mas é importante ressaltar que uma instituição de ensino superior não poderá tomar todas as iniciativas, se não tiver respaldo das empresas e setor público, pois tudo exige investimento e cada um tem sua responsabilidade no processo. É necessário que os setores público e privado sejam realmente parceiros da instituição.”

3.3.5 Projeto de Extensão Industrial Exportadora (PEIEX)

O Projeto de Extensão Industrial Exportadora (PEIEX) foi desenvolvido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) a partir da

necessidade de incremento à competitividade e promoção da cultura exportadora empresarial por meio da solução de problemas técnico-gerenciais e tecnológicos.

O projeto é desenvolvido em núcleos operacionais em diversos estados em parceria com instituições de ensino e pesquisa, que são responsáveis pelo atendimento às indústrias, e tem como objetivo estimular e facilitar a inserção das indústrias de pequeno e médio portes no mercado internacional, aumentando, de forma sustentada, sua participação nas exportações brasileiras. Nos núcleos, trabalha uma equipe capacitada, formada por um coordenador, um monitor, técnicos extensionistas e estagiários, todos com o objetivo de sugerir melhorias para as empresas.

Entre os benefícios para as empresas estão o acesso ao conhecimento transmitido pelos técnicos extensionistas e a implantação de melhorias personalizadas. Após o trabalho de análise feito, a empresa aumentará, certamente, a sua competitividade, tornando-se apta a conquistar novos mercados e enfrentar desafios, como a exportação.

Conforme Dorneles Sita Fagundes, coordenador do Núcleo Operacional da Região do Paranhana, Encosta da Serra e Hortênsias do Rio Grande do Sul, a unidade atende, atualmente, 10 municípios, sendo os seis municípios da Região do Vale do Paranhana e os quatro municípios da Região Encosta da Serra. A intenção do projeto é deixar as empresas mais competitivas e preparadas para a exportação. Mais competitivas tem o sentido de proteger o mercado interno da competição externa.

O trabalho na empresa é iniciado com um diagnóstico com o objetivo de conhecer toda a estrutura da empresa, identificando pontos fortes e pontos a serem melhorados. Com base nesses pontos, desenvolve-se um plano para explorar os pontos fortes e trabalhar os pontos a serem melhorados, onde o projeto mais atua com oficinas, cursos, implantações de processos e ferramentas necessárias ao empresário. Todo trabalho é desenvolvido por uma equipe multidisciplinar, mas o importante é a participação do empresário, pois os profissionais auxiliarão nas implantações, mas não executarão todas as mudanças e sugestões.

No projeto desde 2008, quando questionado sobre a receptividade do empresário, Fagundes afirma que, em alguns casos, há resistência por parte do empresário em receber o extensionista, principalmente por se tratar de projeto do governo, pois o empresário desconfia e “conquistar a confiança do empresário é um

desafio do extensionista, mas a parceria com a FACCAT torna mais fácil e rápido esse processo”.

No projeto são atendidas 143 indústrias por ano com várias visitas e diferentes demandas que podem ser das diferentes áreas de uma empresa, como: a financeira, custos, recursos humanos, planejamento, produção, comércio internacional, vendas, entre outras.

Além do diagnóstico e implantações, os extensionistas identificam as indústrias que estão aptas a exportar e as indicam para rodadas de negócios no exterior com auxílio financeiro da APEX Brasil.

“As micro e pequenas empresas representam uma boa parte dos empregos que nós temos, representam muito para a economia em termos de arrecadação, de emprego, de geração de renda e precisam muito de apoio e de conscientização, porque, às vezes, elas não sabem o que precisam” (FAGUNDES, 2012).

3.3.6 Câmara dos Dirigentes Lojistas de Igrejinha e Três Coroas (CDL)

A Câmara de Dirigentes Lojistas é uma entidade sem fins lucrativos, existente desde 1955, e representa a classe lojista.

A CDL de Igrejinha e Três Coroas, entidade pesquisada que representará as demais CDLs, foi fundada em 24 de setembro de 1974 e comandada por 12 presidentes até o ano de 2012.

Tem como objetivo prestar serviços de qualidade, visando ao desenvolvimento econômico e social de seus associados, e, para isso, busca parcerias fortes com prefeituras e entidades.

Mesmo tendo como nome Câmara de Dirigentes Lojistas, a entidade tem como associadas empresas de diversos ramos: do comércio, do serviço e da indústria.

Dentre os benefícios aos associados, podem-se citar descontos e convênios médicos, com escolas, de telefonia, entre outros.

Conforme a secretária executiva da CDL de Igrejinha e Três Coroas, Ana Cristina Haubert, o principal serviço da CDL é o SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) e, desde o início de 2012, também a SERASA. “A federação fez uma junção com a SERASA e hoje oferece os dois serviços para os nossos associados [...] que podem fazer a consulta online, mas alguns ainda consultam por telefone, pois muitas

empresas têm uma certa resistência ao computador. [...] Além do SPC e do SERASA, oferecemos o plano de saúde com a Unimed, que já ultrapassou de 1030 vidas; os planos odontológico, hospitalar e de laboratório. Todo e qualquer serviço que o nosso associado utiliza pela CDL é cobrado na fatura da entidade. Também oferecemos o plano de telefonia (5 centavos o minuto). Com as prefeituras temos convênio com relação às escolas de educação infantil. Há também o convênio com a FACCAT no ensino superior. Então são vários benefícios e esses benefícios que fazem o diferencial”.

Além de benefícios, a CDL atua na capacitação da mão de obra dos associados e dos próprios empresários. “A capacitação é indispensável, porque hoje qualquer um acha que pode abrir uma loja, e é fácil abrir uma empresa, só que manter é difícil. Eu acho que isso é uma grande deficiência. [...] Tem coisas que deveriam ser mais exigidas. As pessoas deveriam ser melhor orientadas lá na abertura do alvará. Deveriam exigir um projeto para a abertura de uma empresa.”

Com relação à capacitação e desenvolvimento de pessoas, Haubert (2012) cita a parceria que é realizada com o SEBRAE: “No ano de 2012, vários cursos do SEBRAE foram realizados em parceria com a CDL, o que deve aumentar, pois o atual presidente do SEBRAE também é da CDL, facilitando a relação. [...] Em 2012 também iniciou o programa Q COMÉRCIO, que é um programa da Federação das CDLS em parceria com o SEBRAE, onde, através de uma parceria que foi feita com a empresa TCA, se desenvolveu um programa (*software*) de gestão chamado SCOPI. A CDL de Igrejinha e Três Coroas colocou 44 empresas dentro deste projeto em 2012. É um projeto onde essas empresas ainda estão recebendo a consultoria do SEBRAE na parte de gestão e, em parceria com a CDL, tentarão suprir, através de capacitações, as necessidades identificadas”.

Estas são algumas das atuações da CDL:

3.3.7 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) possui estrutura de atendimentos presenciais em todo o país, atendimento telefônico gratuito e em ambientes *online*.

O Sebrae oferece cursos e palestras, consultorias, informações de gestão. E ajuda sua empresa a se aproximar de parceiros e clientes. O seu negócio pode ficar mais competitivo e lucrativo (SEBRAE, 2012).

É uma entidade privada, sem fins lucrativos, criada, em 1972, para estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos no Brasil. Tem a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte, atuando também com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, ao mercado, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. É integrante do Sistema S.

O Sistema S (Serviços Sociais Autônomos) são entidades de direito privado, sem fins lucrativos, instituídas por lei para prover assistência a certas categorias profissionais. Estão inseridas no terceiro setor, ou seja, setor público não estatal, que desenvolvem atividades de interesse coletivo e, por esse motivo, são fomentadas pelo Estado (SENAI, 2011).

Sistema S é formado por organizações e instituições relacionadas ao setor produtivo, sendo três delas subordinadas à Confederação Nacional da Indústria (CNI): o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), ao qual cabe a educação profissional e a prestação de serviços de assistência técnica e tecnológica às empresas do setor; o SESI (Serviço Social da Indústria), que promove a melhoria da qualidade de vida do trabalhador e de seus dependentes por meio de ações em educação, saúde e lazer e o IEL (Instituto Euvaldo Lodi), que promove o desenvolvimento da indústria através da capacitação empresarial e do apoio à pesquisa e à inovação tecnológica.

Para que todos os setores fossem atendidos, outras organizações foram criadas para compor o Sistema S, como:

- SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), que oferece educação profissional para trabalhadores do setor de comércio e serviços;
- SESC (Serviço Social do Comércio), que oferece promoção da qualidade de vida dos trabalhadores do setor de comércio e serviços;
- SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), responsável pela educação profissional para trabalhadores rurais;

- SENAT (Serviço Nacional de Aprendizagem em Transportes): a educação profissional para trabalhadores do setor de transportes é sua atividade;
- SEST (Serviço Social de Transportes), que promove a qualidade de vida dos trabalhadores do setor dos transportes;
- SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas), que oferece programas de apoio ao desenvolvimento de pequenas e médias empresas;
- SESCOOP (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo), que incentiva o aprimoramento e desenvolvimento das cooperativas e capacitação profissional dos cooperados para exercerem funções técnicas e administrativas.

O SEBRAE, que possuía atendimento na região do Vale do Paranhana, fechou a unidade de atendimento regional no início de 2009 e, no final do ano de 2010, voltou através de um ponto de atendimento junto à CICS VP, anteriormente apresentada. No ano de 2011, firmou convênio com a instituição de ensino superior da região, a FACCAT (Faculdades Integradas de Taquara), para atender os empresários e ampliar a divulgação de suas ações. A iniciativa visa a atender 500 empreendedores individuais e as microempresas através de alunos com a orientação de professores. O convênio visa a desenvolver nos acadêmicos o espírito empreendedor, a aplicação dos conteúdos acadêmicos na realidade empresarial e a melhoria do processo de gestão das empresas.

O Negócio a Negócio é um projeto do SEBRAE que conta com a parceria de universidades locais e oferece atendimento gratuito aos empreendedores individuais e microempresas com faturamento bruto anual de até R\$ 360.000,00.

O programa prevê a realização de um diagnóstico empresarial, a implantação de um plano de ação, propondo soluções para a melhoria de sua empresa, e uma visita de acompanhamento das ações sugeridas. Com esse serviço, as empresas podem receber o atendimento especializado do SEBRAE, com foco em gestão empresarial, de forma presencial, gratuita e continuada.

Conforme Sebastião Zeno da Silva, responsável pelo projeto Negócio a Negócio do SEBRAE, que tem contrato com a FACCAT desde outubro de 2011, são atendidas empresas da região do Vale do Paranhana, Encosta da Serra e parte do Litoral que faturam até 360 mil ano, 30 mil por mês.

A primeira fase do atendimento implica três visitas: uma visita de cadastro, uma de sugestão de atendimento ao empresário, já que no cadastramento se identificou alguma necessidade do empresário; e a terceira visita, onde se verifica se o empresário implantou o que foi sugerido ou qual sua dificuldade. “Quando o empresário tem alguma dificuldade maior, nós encaminhamos as demandas ao SEBRAE Porto Alegre e o SEBRAE Porto Alegre designa um treinamento ou um trabalho específico”.

Todos os atendimentos realizados pelo projeto na FACCAT são lançados diariamente no sistema nacional do SEBRAE, que atualiza, automaticamente, os cadastros. Há, em Brasília, acompanhamento diário de desempenho das unidades.

Na segunda fase do projeto, são realizadas mais três visitas à empresa, somando-se seis visitas ao todo. “No ano de 2012, 2000 empresas foram visitadas no Vale do Paranhana e 1300 visitadas no litoral. Essas 4300 empresas representam 12900 visitas”.

Quando questionado sobre a receptividade dos empresários, Sebastião Zeno respondeu que os empresários são muito receptivos. “Dessas 4300 empresas, eu lembro apenas de dois casos que não quiseram o atendimento”.

Sobre a evolução do projeto e dos empresários, o mesmo afirmou que muitos são de sucesso. “Alguns casos até são conduzidos para um case pelo próprio SEBRAE, esses que aparecem na televisão, nós temos um ou dois casos que provavelmente apareçam na televisão. [...] O objetivo do projeto também é desenvolver o espírito empreendedor nos empresários, pois eles são empresários e não empreendedores”.

Quando questionado sobre o ramo em que há mais demanda de atendimento, Sebastião Zeno indicou o serviço como o ramo mais atendido, até porque “é uma área que poucos projetos e programas atendem. Não existe hoje um programa, nem que não seja específico, que atenda à área de serviço”.

Concluindo a entrevista, Sebastião Zeno sugeriu organização aos empresários, que se adquire com treinamento. “Se nós fossemos fazer uma hierarquia, seria o treinamento para a organização. Isto é a base. E aí vem a conscientização, isso é um fator importante. O treinamento vai trazer a conscientização empresarial. Hoje muita gente quer ser empresário, mas, na verdade, ele quer ser uma pessoa jurídica, o que é diferente de ser empresário”.

3.3.8 Sindicato do Comércio Varejista do Vale do Paranhana (SINDILOJAS VP)

O Sindicato do Comércio Varejista do Vale do Paranhana (SINDILOJAS VP) é a entidade patronal representativa do comércio. Foi fundada em 31 de junho de 1945, sendo representada pelo Ministério do Trabalho até 1989.

A partir de 1990, o Sindilojas filiou-se à Confederação Nacional do Comércio (CNC) e Federação do Comércio de Bens e Serviços do Rio Grande do Sul (Fecomércio-RS). Tem como objetivo defender os interesses das empresas do segmento que representa principalmente legal e assistencialmente.

Divulga as informações necessárias para a gestão empresarial e contribui para a capacitação das empresas e de seus colaboradores. Cria campanhas e desenvolve planos de benefícios que atendam às necessidades de seus associados.

Tem como missão: "Promover o crescimento do Comércio Varejista do Vale do Paranhana através da união e representatividade voltada aos interesses da categoria e da comunidade" (SINDILOJAS, 2013).

Sua visão é: "Ser reconhecida como entidade sindical de referência com atuação integrada em sua categoria em nível local e regional até 2010" (SINDILOJAS, 2013).

Seus princípios:

1. Transparência: Tornar públicas as ações desenvolvidas pelo Sindilojas.
2. Ética: Usar a ética em todas as ações promovidas pelo Sindilojas.
3. Parceria: promover parcerias com Instituições Públicas e Privadas na busca do aprimoramento de recursos e tecnologias.
4. Governo: Ser vetor ativo, em nível Federal, Estadual e Municipal, para proporcionar alternativas de desenvolvimento.
5. Social: Participar ativamente no exercício dos direitos e deveres da sociedade. (SINDILOJAS, 2013)

Tem como ideais:

Gestão pública eficaz;

Racionalização dos impostos;

Fortalecimento da representatividade;

Modernização da relação capital e trabalho;

Fomento ao empreendedorismo, formalização e longevidade das empresas;

Organização do Sistema Sindical.

Dentre os benefícios oferecidos aos associados, podem-se indicar: certificação digital; advogado trabalhista; assessoria contábil; análise de crédito;

capacitação; parcerias com o SENAC, SESC, SEBRAE, CICS VP, FALE FACCAT e convênios com diversas clínicas, hospitais, laboratórios, lojas, escolas e prestadoras de serviços. Os benefícios oferecidos são descontos para os associados no momento da aquisição do produto/serviço.

Conforme Mônica Isabel Siebel Heidrich, atual vice-presidente do Sindilojas VP, a grande representação do SINDILOJAS se dá junto à negociação de dissídios e à capacitação do empresariado. “Há poucos anos, havia um foco na capacitação do empregado e não do empregador, do líder, do gestor dessa pequena empresa, e o grande problema das empresas é gestão. Precisamos preparar o empreendedor que abre a porta, mas depois não sabe o que fazer”.

A vice-presidente ressaltou a importância das parcerias com o Senac, Sesc, CICS VP, CDL, SEBRAE para conscientizar os empresários sobre a necessidade das capacitações e “vender os cursos”.

Além da parceria nas capacitações, indicou também a participação em ações conjuntas como a Agenda Estratégica Paranhana 2020 e a CICS VP. “Todas as entidades e instituições deveriam participar e seus representantes serem ativos. [...] A participação na sociedade e o desenvolvimento do espírito empreendedor é uma questão de educação e cultura”.

Após a conclusão das entrevistas, verificou-se que as ações inovadoras levam ao desenvolvimento e esse desenvolvimento depende da vontade e preparação de seus atores.

O sistema nacional de inovação também deverá ser analisado, em pesquisas futuras, e referido nessa pesquisa, pois este é constituído pela rede de instituições públicas e privadas que interagem em busca do desenvolvimento científico e tecnológico. Neste processo estão as universidades e centros de pesquisa que geram o conhecimento, mas não têm a finalidade de transformá-los em produtos, serviços ou processos que gerem resultados financeiros, ou seja, que sejam aplicados gerando a inovação.

A relação entre a academia e as empresas precisa ser desenvolvida, o que já é observado em países inovadores, sendo apresentado por meio de parcerias onde a academia pesquisa e a empresa aplica através de licenciamento (ROSSI, 2001).

Mas, segundo Rossi (2011), “no Brasil, agências governamentais disponibilizam várias linhas de crédito para o fomento à inovação, o que é uma solução plausível para minimizar riscos e diluir investimentos. Porém, esses recursos

mal chegam até as empresas por vários motivos e, com isso, retardam o desenvolvimento industrial e produtivo de nossos parques”.

O autor explica que, em 2011, as maiores e mais inovadoras empresas do Brasil e os órgãos de fomento do Governo (FINEP, BNDES, FAPESP e outros), além do próprio Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação, se reuniram para debater sobre o financiamento à inovação e as dificuldades inerentes a esse processo e ficou claro que as linhas de crédito não só existem como tendem a aumentar nos próximos anos. Porém, esses recursos acabam se acumulando devido às dificuldades de acesso às linhas de financiamento, seja por causa dos entraves burocráticos, seja pela pouca qualidade dos projetos apresentados pelo setor privado.

O autor ainda cita a Lei do Bem e a Lei da Inovação nesse sentido e a solução para a utilização dos benefícios é a maior integração das partes interessadas, o que indica a desburocratização do acesso ao crédito e, por outro lado, uma melhoria significativa dos projetos enviados pelas empresas.

3.4 O ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana sob a ótica dos agentes de fomento ao empreendedorismo

Os representantes das instituições, programas e projetos da região do Vale do Paranhana, apresentados no capítulo 3.3, expressaram, nas entrevistas realizadas, com base em suas experiências, suas visões sobre o ambiente empreendedor da região. Indicaram pontos fortes, pontos que devem ser melhorados, fatores relevantes de sucesso entre outras informações.

As informações mais detalhadas dos agentes anteriormente entrevistados não podem ser desconsideradas, mas, ao mesmo tempo, a identidade das afirmações vai ser preservada. Dessa forma, esta divisão fará um apanhado das avaliações do ambiente empreendedor da região feitas pelos entrevistados que anteriormente foram apresentados e que são, aqui, nomeados como entrevistados A, B, C, D, E, F e G.

Durante a entrevista com os representantes das instituições de fomento ao empreendedorismo, solicitou-se a avaliação do entrevistado do ambiente empreendedor analisado, questionando sobre os pontos positivos e pontos a desenvolver na região.

Para o entrevistado A, a monoindústria do calçado é uma barreira ao desenvolvimento da região: “Embora o calçado seja muito importante para a economia regional, a diversificação é urgente. Cada crise é uma nova crise que se instala em todas as áreas da comunidade. A mudança de cultura é demorada, mas vem sendo assimilada. [...] A região tem potencial na área do turismo, da tecnologia, é bem localizada, está próxima da capital, litoral e serra, tem condições de desenvolvimento.”

Todos os entrevistados indicaram a localização geográfica como fator positivo. O entrevistado D confirma que “é uma região geograficamente bem localizada. Ela é próxima de centros comerciais, de grande centro, ela tem uma facilidade mesmo quando tu vai vender pra outros estados, e internamente é uma região de fácil acesso, se comparado com outras”.

Para o entrevistado E, “outra coisa que a gente sabe, do ponto de vista geográfico, nos temos uma vantagem competitiva muito grande que é a proximidade com a 101 (rodovia), sem tu acessar a 116 ou a 290, tu pode ir aqui pela lateral (referindo-se à RS 090). Tu pode acessar Porto Alegre muito mais rápido”.

O entrevistado D ressalta a grande oferta de informações, tanto informações em termos de capacitação e quanto das instituições de ensino: “Tudo isso eles (empresários) têm bastante facilidade, no apoio, esses projetos que nem em todas as regiões existem projetos de apoio ao micro e pequeno empresário”.

Analisando os pontos que precisam ser desenvolvidos, o entrevistado E avalia Taquara, município central da região: “Taquara era referência em educação, centro comercial, entretenimento, saúde, serviço público, tinha o Sport Club Taquarense, a Ciranda, o hospital, e daí tudo isso foi criando um ambiente de que parece que as pessoas se conformaram e não tem mais aquilo de trabalhar [...] alguma coisa parece que quebrou. É necessário trabalhar em conjunto para elevar essa autoestima.[...] Precisa trabalhar a identidade”.

Complementa, afirmando que há necessidade de se trabalhar a identidade regional, inclusive identificar a região “Vale do Paranhana. Onde tem identificação? Não há placas indicando o Vale. Cada município faz o seu pórtico e a região, como e onde fica?”

O entrevistado F aborda a falta de mão de obra: “Nós não temos matéria prima, está faltando matéria prima, ou seja, pessoas com especialização em determinadas áreas não há”.

Para o entrevistado E, “um fator de relevância para a região é a incubadora empresarial da universidade. Precisa diversificação, mas a gente não vai conseguir diversificar, por exemplo, tentando matar o principal arranjo produtivo local. Precisa estreitar mais a relação da academia com a iniciativa privada e com o setor público”. A afirmação também é apresentada pelo entrevistado F: “Precisamos da incubadora. Sabemos que é um conjunto de responsabilidades, mas ela é indispensável para fomentar a diversificação”.

Os entrevistados abordam a integração como fator relevante ao desenvolvimento. Para o entrevistado E, “quanto mais em conjunto a gente trabalhar, quanto mais união a gente tiver, mais fácil vai ser da gente resolver os problemas. Às vezes são pequenos, às vezes são os vários problemas pequenos que acabam mudando tudo”.

Para o entrevistado F, também “deve haver uma integração maior entre as instituições e entidades. Isso contribuiria com o desenvolvimento da nossa região.[...] precisa acontecer integração. Planejamento conjunto que não tem. As lideranças precisam entender isso, mas é tanto problema que nós não vamos olhar todos os problemas, vamos pegar um”.

Mas, “infelizmente existe concorrência entre os municípios e isso dificulta o trabalho, dificulta o desenvolvimento da região. Então não adianta também os municípios concorrerem um com o outro, tem que estar ligados pra isso”, assinala o entrevistado E.

O entrevistado C complementa: “Parece que tu tem todos os instrumentos, a instituição de ensino, a entidade, a necessidade de realizar negócios, a necessidade de gerar emprego e renda, mas tudo isso parece que é isolado que não tem elo. Falta uma pessoa, entidade que relacione tudo isso e faça isso funcionar em círculos. [...] e principalmente os empresários não acreditam e não confiam, não confiam no consultor, não confiam que uma capacitação vai trazer resultado, porque tu não sai de uma capacitação pronto pra fazer diferente”.

Quando abordada a integração para o desenvolvimento, o entrevistado E afirma que “todas as instituições que estão hoje aqui trabalham em prol do ambiente empreendedor, das empresas, do empresário e do desenvolvimento. O grande problema é a integração e a convergência. São ações isoladas que daí, às vezes, tu duplica ela, daí tu já desperdiça tempo, recurso... Tudo. O que poderia ser mudado pelas lideranças. E a gente sabe que às vezes o líder máximo tem essa vontade,

mas internamente tem algumas coisas que impedem. Na gestão pública é muito mais complexo.”

Depois da integração, a educação foi o item mais citado pelos entrevistados.

O entrevistado A informa que “a educação da região é muito boa, sendo Taquara o polo regional da educação, com escolas de ensino médio reconhecidas e a Faccat no ensino superior. São a base de preparação ao empresário, assim como de seus funcionários. A educação básica, assim como os anos iniciais, está bem resolvida na área municipal.” Mas completa: “O empresário precisa ser mais ativo, precisa buscar informações, ter iniciativa. Não adianta ter educação e a mão de obra qualificada sair da região porque não tem mercado de trabalho. O empresário precisa ser empreendedor, ele precisa buscar qualificação para isso”.

O entrevistado E completa: “Toda a falta do poder público encarece o produto e diminui a competitividade. Infelizmente, os funcionários e a população em geral tem um baixíssimo nível educacional, então quando tu precisa complementar ele, capacitando ainda mais, não é aquela capacitação especialização que é parte do empresário, mas é a base, a matemática, é redação, é português, é postura. Isso tu não consegue ou é muito caro, e isso tudo quando é muito caro, acaba encarecendo o produto final e acaba diminuindo a tua competitividade”.

Fica visível, durante a realização das entrevistas, que os entrevistados se referem a níveis diferentes de mão de obra. O entrevistado A foca a educação voltada ao empreendedor proprietário de empresa ou gestor que substitui o proprietário nas tarefas administrativas. O entrevistado E refere-se ao nível operacional dentro das organizações.

Felizmente o nível educacional básico nos municípios do VP vem melhorado continuamente, mas os operários de hoje participaram da educação formal nos anos 60, 70 e 80, quando essa não era desenvolvida em todos os municípios da região. E as deficiências da educação básica interferem no resultado das organizações.

Completando sobre as necessidades de investimento em educação e como essa deva ser para o desenvolvimento da região, o entrevistado F afirma: “Isso é visível, é quase um consenso de que não somos iguais, então nós temos que ter um tratamento diferente. Tem que haver uma pressão de baixo, dos pais, para que a formação seja melhor”.

O entrevistado E complementa sua fala, dando continuidade aos pontos que precisam ser desenvolvidos na região: “É o nível de educação, a falta de cultura, a

falta dessa sistematização, vamos dizer, desse fomento ao empreendedorismo, tanto pelas instituições educacionais quanto também pelo poder público. As escolas não trabalham com empreendedorismo. Esse é um ponto fraco. [...] se a família não participa do processo de educação do filho, seja via cobrança, seja via estímulo; o processo não funciona, o processo não é desencadeado [...] o sucesso do modelo educacional do Brasil só vai acontecer quando as famílias participarem ativamente disso”.

O entrevistado C reforça a educação empreendedora na escola: “Não vai vir de casa o que não tem em casa. Enquanto não vem de casa, quem pode mudar isso? É a escola. Então eu acho que isso tudo tinha que estar interligado. Isso tudo poderia funcionar melhor. Acho o programa do Prêmio Professor Inovador ótimo, porque se tu for olhar mais individualmente tu percebe que todas as pessoas têm essa capacidade de desenvolvimento. De uma forma ou de outra, todas as pessoas que tu conhece tem um potencial. Mas quando trata do coletivo, não é comigo mais, não querem se envolver”.

Vinculando a educação empreendedora à cultura, o entrevistado C apresenta a dificuldade de lideranças pela falta de comportamento empreendedor: “Os representantes das entidades, muitas vezes, na verdade, são convidadas ou intimidadas pelo presidente para participarem porque precisam nomes, ou já fizeram parte alguma vez, mas não porque querem, eles não querem. Mas não há interesse coletivo, pelo coletivo, tu acreditar que juntos nós vamos conseguir fazer algo mudar”.

O entrevistado C diz: “Eu acho que na nossa região aqui, Taquara e Parobé principalmente, tem um problema cultural [...] tem uma questão de fazer pelo teu lugar, de tornar a tua casa ou a tua empresa, ou a tua cidade um lugar melhor. Eu vejo que isso falta, essa conscientização que eu mudo a minha vida. Falta isso, não sei se é da educação familiar, na própria escola, eu acho que empreendedorismo as crianças tinham que ter antes de saber ler. É fundamental tu ser empreendedor da tua vida, não tem outra forma de um local evoluir se cada pessoa não evoluir. Então é isso que eu percebo, a falta de qualificação e necessidade de mudança cultural. [...] há recursos e há pessoas, mas ainda falta uma questão dos pais entenderem que tem que preparar seus filhos pra empreender. A ensinar as crianças a pensar e a agir.

Para o entrevistado F: “Precisamos trabalhar a cultura. O poder público tem que entender que sozinho ele não vai fazer, também tem que entender que ele não vai perder poder”.

Quando questionados sobre a receptividade e participação dos empresários, a opinião dos entrevistados tem unanimidade.

Para o entrevistado B: “Hoje a maioria, a grande maioria, não quer mais ser empregado, quer ter o seu negócio, mas não tem capacidade, não tem capacitação para isso. [...] Os empresários precisam ser mais empreendedores e menos gestores”.

Para o entrevistado D, “muitos empresários desperdiçam essas oportunidades (projetos, programas, apoios...), ou não sabem que tem, ou não acreditam, ou não confiam, tem dificuldades de gestão, porque a maioria destes pequenos empresários eram trabalhadores de uma indústria e ficaram desempregados, ou que decidiram pelo seu lado empreendedor mesmo, se aventurar em algum negócio. Muitos dos empresários conhecem a produção, sabem produzir, mas não entendem de gestão, às vezes não sabem calcular um custo, por exemplo, acabam tendo grandes dificuldades”.

“Sabemos que a maior dificuldade dos empresários daqui, hoje, nem é tanto a questão de estratégia, porque nós não podemos nem chegar na estratégia se eles não sabem nem o operacional. 90% deles não sabem transformar preço de venda, não sabem administrar. [...] a maioria dos empresários não é por vocação, é por necessidade, ou seja, alguém que foi demitido de uma empresa ou a empresa faliu e montou a sua empresa e o negócio foi crescendo”, conforme o entrevistado E.

O entrevistado A ressalta que “os empresários costumam trabalhar isoladamente e lhes falta certa visão, principalmente aos pequenos”.

“O nosso empresariado, de micro e pequenas empresas, normalmente, tem pouca formação ou nem tem uma formação, acaba tendo uma experiência mais técnica e acaba se lançando como empresário e aí que dá o problema que fecha em dois anos, fecha no segundo ano, porque não tem gestão. [...] não tem um controle financeiro, não tem absolutamente nada”, segundo o entrevistado C.

“Na liderança empresarial o que falta é conhecimento. Não tem planejamento. Porque a cultura que está faltando pra mim, é a cultura do planejamento, que é pensar o futuro, que é trazer o estratégico pro dia a dia, que é

implementar boas práticas de gestão, o que envolve a qualidade”, acredita o entrevistado F.

Para o entrevistado D: “O principal a trabalhar seria a conscientização dos empresários, a capacitação, mostrando que eles precisam se tornar competitivos, precisam conhecer ferramentas de apoio, de gestão porque a produção em geral ocorre, mas o problema é gerenciar”.

Esse pensamento é confirmado pelo entrevistado G: “Capacitação, treinamento. É isso que falta. O empresário precisa perceber isso”.

O entrevistado C apresenta a ideia de buscar recursos com projetos, mas sabe que “a empresa também tem que disponibilizar alguém pra ficar acompanhando esse projeto, não vai dar resultado pra hoje, e o imediatismo do empresário fala mais alto. O empresário é muito imediatista”.

Quando questionado sobre as instituições que precisam estar no mercado para dar apoio ao empreendedor, o entrevistado F afirma que “existe um conjunto de possibilidades e o que precisa ter é a iniciativa do empreendedor”, confirmando a fala do entrevistado A, que conclui que, “com as novas gerações, há um incremento em termos de empreendedorismo. Os empresários antigos são mais acomodados, com exceções. Os sindicatos patronais vêm tendo um papel importante, com liderança empreendedora”.

A liderança também pode ser fator de desenvolvimento: “De uma outra forma a sociedade vai dizer que não tem tempo, a sociedade não quer se incomodar e a sociedade precisa, e aí quem vai fazer a ruptura? É a liderança. [...] vivemos o chamado individualismo possessivo [...] isso existe há séculos e que eu acho que ficou cada vez mais intensificado com o nosso jeito, da nossa sociedade, tudo muito rápido, cada um cheio de compromisso, cada um vai ficando mais só. Cada um tenta resolver do seu jeito e acha que é por aí, cada um resolve os seus problemas, mas nós estamos agora com problemas que são comunitários”, que é a opinião do entrevistado F.

O entrevistado F ressalta: “Tem que melhorar o nível das lideranças. Nível em todos os sentidos, até nível de conhecimento, nível técnico, mas principalmente uma liderança mais aberta, com menos medos de perder poder, uma liderança que, de novo, aí nós caímos numa coisa que todo mundo fala e eu acho que não tem o que falar diferente que é na educação. É dentro da sala de aula. [...] porque falta

liderança. As lideranças às vezes, que existem, são muito concentradas na empresa”.

Ao final das entrevistas, pode-se perceber que os representantes das organizações de fomento ao empreendedorismo apresentam uma visão uniforme do ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana. Não houve opiniões divergentes, salvo sobre a educação, que foi analisada em níveis diferentes, mas os fatores relevantes para o sucesso foram os mesmos levantados pelos representantes das instituições.

Dentre os fatores positivos, o indicado por todos representantes refere-se à localização geográfica da região, seguida pela oferta de informações com programas, projetos e instituições relevantes e importantes para o desenvolvimento regional.

Como fatores que devem ser melhorados, foram citados a diversificação da economia; a valorização da identidade regional; o desenvolvimento de mão de obra qualificada; a implantação da incubadora empresarial, estreitando relações entre as empresas; a academia e o poder público; a integração entre instituições, entidades e municípios, já que há a presença de instrumentos necessários para o sucesso, sendo deficitária a articulação entre eles; e o investimento em educação empreendedora, que poderá interferir nas relações de poder e liderança e na cultura regional.

Com relação às ações empreendedoras, que vão desde as inovações nas organizações até a participação como sociedade em ações comuns, McClelland (1972) afirma que um percentual pequeno da população dedica-se a correr riscos e possui características empreendedoras, mas completou seus estudos para mostrar que os seres humanos repetem seus modelos.

Essa teoria vem reforçar que as mudanças não ocorrem repentinamente, há a necessidade de uma mudança de comportamento, que inicia na infância e, com base nela, direciona a construção de um mundo adulto diferente.

Assim, torna-se visível que é preciso identificar as mudanças necessárias para atingir o futuro desejado, desenvolver planejamento para que tais mudanças sejam possíveis e estruturar planos e ações interligadas que busquem o desejável pela sociedade.

Mas, o que a sociedade almeja como desenvolvimento? Transformar o Vale do Paranhana em um lugar de primeiro mundo? A Agenda Estratégica Paranhana 2020 indica esse caminho.

Hoje o lugar de primeiro mundo tem como base o conhecimento e a vivência atual da região, mas como será em 2020?

O papel dos representantes é pensar à frente, e isso se pôde verificar que está sendo feito.

4 A RELAÇÃO DOS EMPREENDEDORES COM O AMBIENTE DA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA

4.1 A relação dos proprietários de micro e pequenas empresas com o ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana

Para avaliar a relação dos empreendedores da região do VP com o ambiente empreendedor, enviou-se um questionário estruturado com questões abertas, fechadas e mistas para 1.599 empresários (empreendedores) com endereço eletrônico (*e-mail*) válido, que foram acessados por meio da base de dados dos CDLs da região, SEBRAE, PEIEX, sindicatos e por indicação de empresários, a última solicitada por e-mail.

Dos questionários enviados, 129 foram respondidos até o dia 14 de março de 2013, data de corte para a análise da pesquisa.

Algumas questões fechadas tiveram a opção de complemento por parte do empreendedor, formando as questões mistas. Em outras, o respondente teve a opção de múltipla escolha com o limite máximo de opções. Nas questões de múltipla escolha, o número de observações esteve limitado a 129, número de respondentes, mas as citações puderam exceder essa contagem, já que cada respondente pôde citar mais de um item para completar sua resposta.

As questões foram elaboradas com a intenção de identificar o perfil do empresário da região, bem como o de sua empresa (MPE). Com base no perfil empresarial e do empreendedor, há a possibilidade de novas análises que possam indicar os fatores relevantes para o desenvolvimento do ambiente empreendedor da região.

Com o universo de 11.007 micro e pequenas empresas, a amostra de 129 empresários representa uma pesquisa com 95,5% de coeficiente de confiança e margem de erro de 10% para mais ou para menos.

Far-se-á, a partir deste momento, a análise de cada uma das questões do instrumento de coleta de dados enviado aos empresários, que está no apêndice 2 para acompanhamento. Cada questão será analisada com sua categoria de análise, que teve como base o referencial teórico apresentado.

A análise foi realizada com base nos 129 questionários válidos respondidos, utilizando o *software* LimeSurvey para primeira análise dos dados, o *software* Excel

para a elaboração de tabelas e gráficos e o *software* Sphinx para o cruzamento de dados.

Não será apresentado o enunciado das questões, já que o formulário da presente pesquisa está no apêndice 2 e a análise aqui realizada apresentará as informações relevantes para identificar o tema das questões.

A primeira questão feita aos empreendedores referia-se ao município de localização da empresa. Foram ofertados, como respostas, os municípios da região do VP um a um, e a opção “Outros”, onde o empreendedor poderia indicar outro município de localização da empresa, se fosse o caso.

Os questionários que tiveram a opção “Outros” selecionada foram retirados da amostra e serão analisados em outro momento, pois não fazem parte da região em estudo.

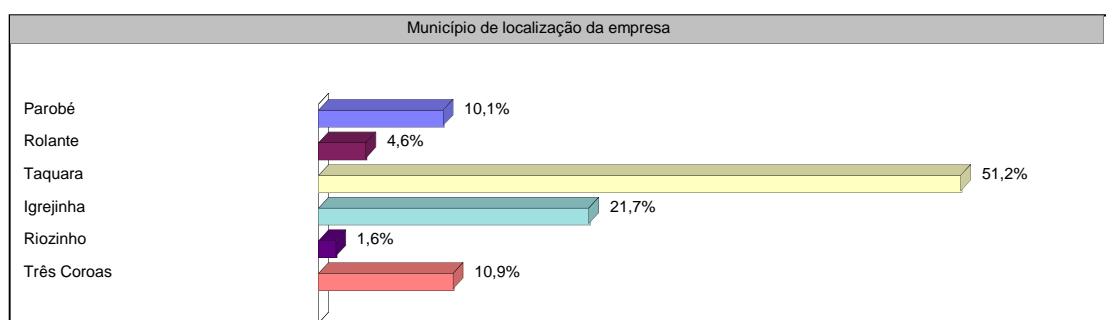
A maior parte dos questionários respondidos teve origem no município de Taquara (51,2%), conforme tabela 13 e gráfico 1, o que confirma o perfil da região, pois 30,71% das empresas da região do VP estão localizadas em Taquara – dados apresentados anteriormente.

Tabela 13 – Município de localização da empresa

Município de localização da empresa	Qte. Cit.	Freq.
Taquara	66	51,2%
Igrejinha	28	21,7%
Três Coroas	14	10,9%
Parobé	13	10,1%
Rolante	6	4,6%
Riozinho	2	1,6%
TOTAL	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 1 – Município de localização da empresa



Fonte: Pesquisa de campo

Com relação à data de fundação da empresa (tabela 14), que identifica o tempo de existência da empresa (idade), verifica-se que a maior parte das empresas

tem mais de 10 anos de existência (48,06%), seguidas das empresas com até 5 anos de existência (28,68%).

Uma informação importante é que, das empresas com até 5 anos (28,68%), 40,54% têm menos de 3 anos de vida.

Pode-se afirmar que há um grande número de empresas com experiência na região e, quando analisada a tabela 16, estão distribuídas nos três principais setores econômicos da região (comércio, serviço e indústria).

Tabela 14 – Tempo de existência da empresa

Tempo de existência da empresa	Qte. Cit.	Freq.
Até 5 anos	37	28,68%
Mais de 5 anos e até 10 anos	21	16,28%
Mais de 10 anos	62	48,06%
Não responderam	9	6,98%
TOTAL	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Quando questionados sobre o ramo da empresa, os respondentes identificaram seus negócios como sendo, a maior parte, prestadores de serviço (45%), seguidos do comércio (36,4%) e da indústria (31,8%), conforme indicam a tabela 15 e o gráfico 2.

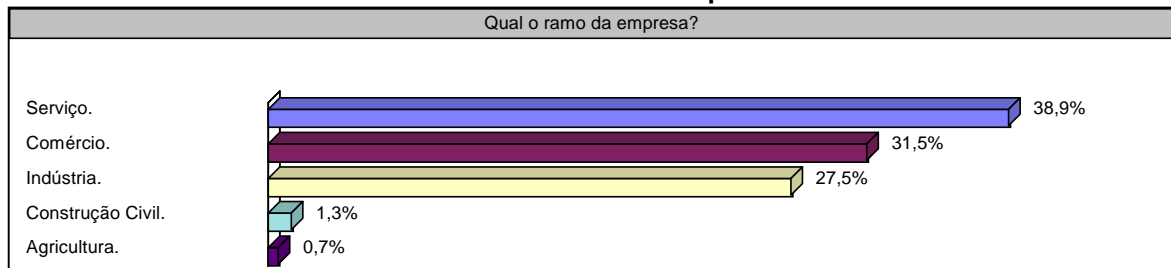
Há a representação das empresas do setor da construção civil e agricultura, que constituem 3,32% e 0,66% das empresas da região do VP respectivamente.

Tabela 15 – Ramo da empresa

Ramo da empresa	Qte. cit.	Freq.
Serviço	58	45,0%
Comércio	47	36,4%
Indústria	41	31,8%
Construção Civil	2	1,6%
Agricultura	1	0,8%
TOTAL	149	

A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas (3 no máximo).

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 2 – Ramo da empresa

Fonte: Pesquisa de campo

Quando se relaciona o ano de fundação da empresa com o ramo do negócio, na tabela 16 e no gráfico 3, se percebe uma concentração de novas empresas do comércio e do serviço, se comparados com os demais ramos, na década de oitenta e noventa, voltando a indústria a ter novas empresas nos anos 2000. Há duas hipóteses que podem dar sustentação para o fato: A primeira é que as indústrias dos anos 80 e 90 sofreram mais com as crises econômicas e de mercado e encerraram suas atividades na região. A segunda hipótese é que, com a necessidade de diversificação e período de emancipações de municípios, Taquara transformou-se em um centro comercial e de serviços, momento em que essas atividades desenvolveram.

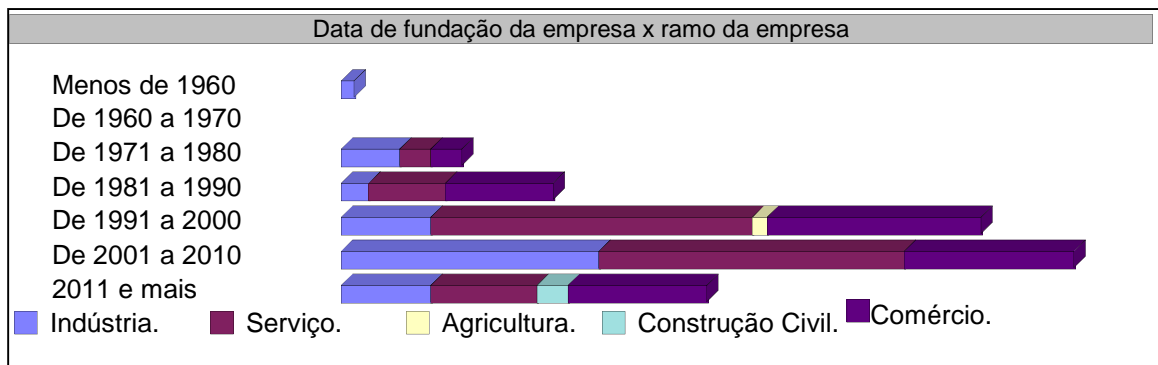
Para testar as hipóteses, novos levantamentos poderão ser realizados.

Tabela 16 – Data de fundação da empresa x ramo da empresa

Data de fundação da empresa/Ramo da empresa	Indústria	Serviço	Agricultura	Construção Civil	Comércio	TOTAL
Menos de 1960	100% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (1)
De 1960 a 1970	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)
De 1971 a 1980	66,7% (4)	33,3% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	33,3% (2)	100% (8)
De 1981 a 1990	18,2% (2)	45,5% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	63,6% (7)	100% (14)
De 1991 a 2000	17,1% (6)	60,0% (21)	2,9% (1)	0,0% (0)	40,0% (14)	100% (42)
De 2001 a 2010	37,8% (17)	44,4% (20)	0,0% (0)	0,0% (0)	24,4% (11)	100% (48)
2011 e mais	27,3% (6)	31,8% (7)	0,0% (0)	9,1% (2)	40,9% (9)	100% (24)
TOTAL	31,8% (36)	45,0% (55)	0,8% (1)	1,6% (2)	36,4% (43)	100% (137)

Os valores da tabela são os percentuais em linha estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 3 - Data de fundação da empresa x ramo da empresa

Fonte: Pesquisa de campo

Com relação ao número de empregados, a maior parte das empresas emprega de 1 a 4 pessoas, conforme demonstrado na tabela 17. Quando relacionado o ramo da empresa com o número de empregados, pode-se classificá-la como micro ou pequena empresa, conforme definição do SEBRAE anteriormente apresentada. Assim, das empresas respondentes, 28,7% são pequenas empresas e 71,3% são microempresas, conforme tabela 18 e gráfico 04.

Na região do VP, 94,53% dos estabelecimentos são microempresas e 4,73% são empresas de pequeno porte.

Tabela 17 – Empregados registrados

Número de empregados	Qte. Cit.	Freq.
0 empregado	22	17,05%
De 1 a 4 empregados	42	32,57%
De 5 a 9 empregados	21	16,28%
De 10 a 19 empregados	20	15,50%
De 20 a 49 empregados	12	9,30%
De 50 a 99 empregados	12	9,30%
Mais de 99 empregados	0	0,00%
TOTAL	129	100%

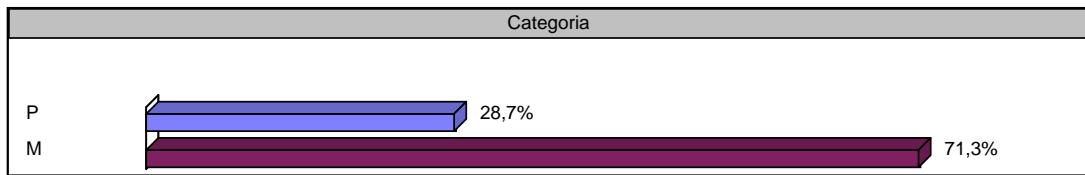
Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 18 – Tamanho da empresa

Tamanho da empresa	Qte. Cit.	Freq.
Micro	92	71,3%
Pequena	37	28,7%
TOTAL OBS.	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 4 – Tamanho da empresa



Fonte: Pesquisa de campo.

Acredita-se que o perfil empreendedor interfere na forma de gestão de uma empresa e na constituição e desenvolvimento do ambiente empreendedor. Para identificar o perfil do empreendedor da região do VP, algumas questões sobre o proprietário da empresa foram elaboradas, como idade e grau de instrução.

A maioria dos empreendedores possui curso superior incompleto (31%) ou superior completo (24%), o que representa mais de 50% dos empreendedores da região. Tal informação pode ser visualizada na tabela 19 e no gráfico 5.

A formação pode ser atribuída à presença de instituições de nível superior na própria região.

Conforme pesquisa GEM (2012), o acesso ao nível superior por parte dos empreendedores no Brasil é: 9,6% dos empreendedores estabelecidos (empresas com mais de 3,5 anos) têm curso superior incompleto e 13,1% com curso superior completo. Na região Sul, essa taxa altera para 11,3% e 15,9% respectivamente.

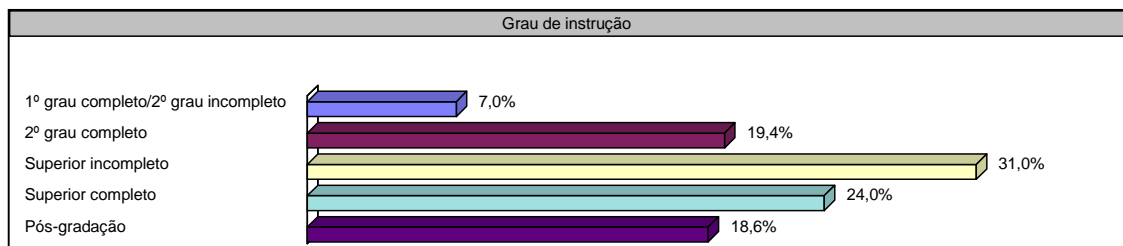
Dos novos empreendedores (empresas com menos de 3,5 anos), 14,7% têm curso superior incompleto e 17,9% têm curso superior completo no Brasil. Na região Sul, as taxas alteram para 17,2% e 16,8% respectivamente.

Tal informação confirma a boa formação dos empreendedores da região, mas a formação não significa a participação de atividades relacionadas à abertura de um negócio, o que é defendido por vários autores já citados como atividade relevante para desenvolver visão empresarial empreendedora.

Tabela 19 – Grau de instrução

Grau de instrução	Qte. Cit.	Freq.
1º grau completo/2º grau incompleto	9	7,0%
2º grau completo	25	19,4%
Superior incompleto	40	31,0%
Superior completo	31	24,0%
Pós-graduação	24	18,6%
TOTAL OBS.	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 5 – Grau de instrução

Fonte: Pesquisa de campo.

De qualquer forma, entende-se que a formação do empreendedor é fator relevante para o desenvolvimento de suas habilidades e características, e assim a possibilidade de avaliar a relação entre o grau de instrução com outras variáveis da pesquisa torna-se importante.

Uma das possibilidades é identificar os municípios com necessidade de desenvolvimento do empreendedor, o que é relacionado ao grau de instrução. Conforme a tabela 20, Parobé e Igrejinha são os municípios com a maior concentração de empreendedores que possuem apenas o ensino fundamental ou médio (antigo 1º e 2º grau).

Tabela 20 - Grau de instrução x município de localização da empresa

Grau de instrução/município	Parobé	Rolante	Taquara	Igrejinha	Riozinho	Três Coroas	TOTAL
1º grau completo/2º grau incompleto	15,4% (2)	0,0% (0)	4,5% (3)	14,3% (4)	0,0%	0,0%	7,0% (9)
2º grau completo	38,5% (5)	33,3% (2)	15,2% (10)	25,0% (7)	0,0%	7,1% (1)	19,4% (25)
Superior incompleto	23,1% (3)	33,3% (2)	31,8% (21)	21,4% (6)	0,0%	57,1% (9)	31,7% (41)
Superior completo	15,4% (2)	33,3% (2)	27,3% (18)	21,4% (6)	100% (2)	7,1% (1)	24,0% (31)
Pós-graduação	7,7% (1)	0,0% (0)	21,2% (14)	17,9% (5)	0,0%	28,6% (4)	18,6% (24)
TOTAL	100% (13)	100% (6)	100% (66)	100% (28)	100% (2)	100% (14)	100% (129)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando relacionado o grau de instrução com o tamanho da empresa na tabela 21, percebe-se que há maior presença de empreendedores com acesso ao curso de nível superior na empresa de pequeno porte. Apenas 13,5% dos proprietários de empresas de pequeno porte (mais estruturadas) não tiveram acesso ao ensino superior. Já na microempresa, há uma diluição nas faixas de formação, que vão do ensino médio (2º grau) até o curso superior completo de forma equilibrada.

Tabela 21 - Grau de instrução x tamanho da empresa

Grau de instrução/tamanho da empresa	Pequena	Micro	TOTAL
1º grau completo/2º grau incompleto	5,4% (2)	7,6% (7)	7,0% (9)
2º grau completo	8,1% (3)	23,9% (22)	19,4% (25)
Superior incompleto	40,5% (15)	27,2% (25)	31,0% (40)
Superior completo	27,0% (10)	22,8% (21)	24,0% (31)
Pós-graduação	18,9% (7)	18,5% (17)	18,6% (24)
TOTAL	100% (37)	100% (92)	100% (129)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Com relação à idade dos empresários, há a concentração de empresários com idade entre 31 e 50 anos, representando 63,60% do total de empresários, o que se verifica na tabela 22 e no gráfico 06.

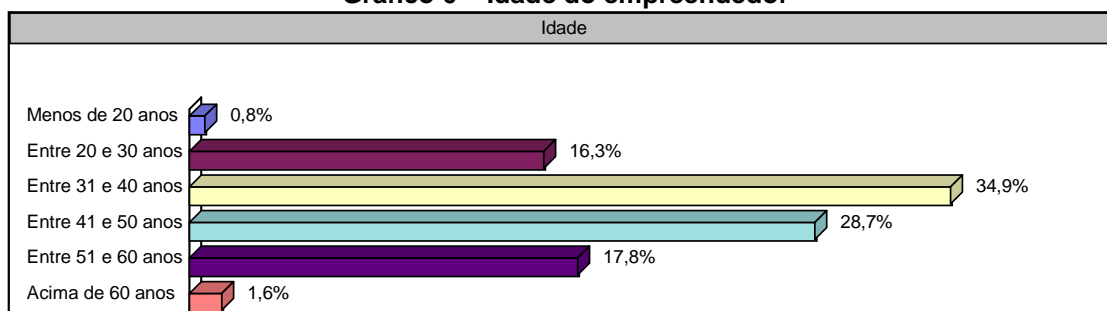
As faixas acima de 51 anos e abaixo de 30 anos têm a mesma representatividade.

Tabela 22 – Idade do empreendedor

Idade	Qte. Cit.	Freq.
Menos de 20 anos	1	0,8%
Entre 20 e 30 anos	21	16,3%
Entre 31 e 40 anos	45	34,9%
Entre 41 e 50 anos	37	28,7%
Entre 51 e 60 anos	23	17,8%
Acima de 60 anos	2	1,6%
TOTAL OBS.	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 6 – Idade do empreendedor



Fonte: Pesquisa de campo.

Quando avaliado o grau de instrução do empreendedor por faixa etária, demonstrado na tabela 23, constata-se que a maioria dos empreendedores mais jovens (entre 20 e 40 anos) está cursando ou já concluiu um curso superior. Tais empreendedores representam 51,20% dos empreendedores pesquisados.

Dos empreendedores que têm entre 31 e 50 anos de idade, a maioria também tem acesso ao nível superior, ou seja, 73,3% dos empreendedores entre 31 e 40

anos e 81,10% dos empreendedores que têm entre 41 e 50 anos de idade possuem curso superior incompleto ou completo.

Tabela 23 - Idade do empreendedor x grau de instrução

Idade/Grau de instrução	1º grau completo/2º grau incompleto	2º grau completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós-graduação	TOTAL
Menos de 20 anos	100% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (1)
Entre 20 e 30 anos	4,8% (1)	9,5% (2)	38,1% (8)	33,3% (7)	14,3% (3)	100% (21)
Entre 31 e 40 anos	6,7% (3)	20,0% (9)	31,1% (14)	24,4% (11)	17,8% (8)	100% (45)
Entre 41 e 50 anos	5,4% (2)	13,5% (5)	32,4% (12)	27,0% (10)	21,6% (8)	100% (37)
Entre 51 e 60 anos	8,7% (2)	30,4% (7)	26,1% (6)	13,0% (3)	21,7% (5)	100% (23)
Acima de 60 anos	0,0% (0)	100% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (2)
TOTAL	7,0% (9)	19,4% (25)	31,0% (40)	24,0% (31)	18,6% (24)	100% (129)

Os valores da tabela são os percentuais em linha estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

O empreendedor também foi questionado quanto a atividades de simulação empresarial antes de abrir a sua empresa, pois estudiosos defendem o melhor desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras e visão de negócio e oportunidades com tais simulações.

Dos 129 questionados, apenas 17 empresários (13,18%) participaram de atividades de simulação empresarial antes de abrir a sua empresa, dados apresentados na tabela 24, onde as atividades mais citadas foram o SEBRAE (33%) e o Empretec (14,29%), que também é uma atividade desenvolvida pelo SEBRAE (tabela 25).

Em pesquisa nacional, o GEM (2008) revela que 90% dos empreendedores não participam de atividades de simulação empresarial. Assim, verifica-se que as taxas da região do VP estão próximas das taxas nacionais.

Nesta questão, o empreendedor podia comentar sua resposta, o que está apresentado na tabela 25.

Tabela 24 – Atividade de simulação empresarial

Participou de alguma atividade de simulação empresarial antes de abrir sua empresa?	Qte. Cit.	Freq.
Sim	17	13,18%
Não	112	86,82%
TOTAL	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 25 – Indicação das atividades de simulação empresarial

Participação de atividades de simulação empresarial	Qte. Cit.	Freq.
SEBRAE	7	33,33%
Empretec (Sebrae) e várias palestras	3	14,29%
Fiz como acadêmico	2	9,52%
Cursos da Faccat	1	4,76%
Da própria franquia	1	4,76%
PDF Gerdau	1	4,76%
Empresa de origem familiar fundada em 1978: "Há 4 anos temos buscado conhecimento técnico para a aplicação e melhoria dos processos de gestão."	1	4,76%
"Não, foi como gravidez inesperada."	1	4,76%
"Trabalhei em exportadoras e em agência de carga."	1	4,76%
"Na época não havia, pelo menos no interior, cursos voltados para a área."	1	4,76%
"Estou sempre em busca de novidades e gosto de pesquisas, se for interessante e der bom resultado continuam fazendo."	1	4,76%
"Nossa empresa é familiar, era do meu pai, que nos passou e administramos desde então."	1	4,76%
TOTAL OBS.:	21	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Para identificar os locais onde o empresário busca informações sobre o mercado e normas para a regulamentação das empresas, bem como informações estratégicas sobre o negócio desejado, questionou-se: Antes de fundar a empresa, onde você obteve informações sobre o mercado e sobre as exigências legais do negócio?

Tal questão foi apresentada com a opção de múltipla escolha, sendo limitada a três escolhas.

36,43% dos empreendedores respondentes afirmaram que já possuíam as informações necessárias por serem, na época, empregados em outra empresa do ramo. Esta resposta confirma uma das constatações dos entrevistados do ambiente empreendedor, que afirmam que os empregados não querem mais ser "mandados",

eles buscam liberdade e melhor forma de reconhecimento por meio de seus próprios negócios no mesmo ramo em que trabalham como empregados.

Outra afirmação feita é que os atuais empresários saíram da empresa onde estavam trabalhando e abriram outra empresa igual sem gerar inovação alguma.

Muitas vezes, a visão que o empregado tem sobre o ramo e o negócio em questão é diferente da visão que um empreendedor deve ter sobre o negócio, e esse fator deve ser trabalhado pelas instituições de fomento ao empreendedorismo, podendo a escola proporcionar o primeiro contato ainda na juventude.

Mas também a presença de empresas modelo, as imagens positivas do empreendedorismo e os contatos com pequenos negócios desenvolvem habilidades, outras possibilidades que podem ser idealizadas.

O segundo local mais procurado pelos empreendedores para a obtenção de informações para a abertura de uma empresa são os escritórios de contabilidade e, como terceira escolha, vêm outros empresários. As demais opções podem ser verificadas na tabela 26 e no gráfico 07.

Julien (2010) cita modelos de negócios conhecidos (outros empresários) e organizações de apoio (escritório de contabilidade) como atores que afetam o dinamismo do meio.

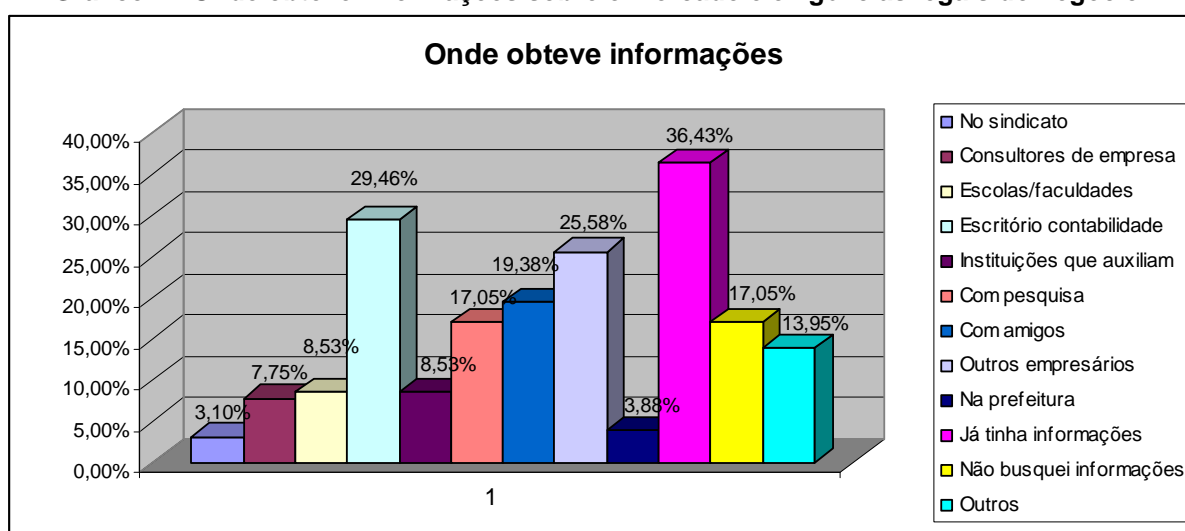
Pode-se comprovar a relevância desses atores e podem ser a forma de acessar novos empreendedores locais.

Além dos locais mais procurados para a obtenção de informações, é relevante observar que apenas 3,88% dos respondentes indicaram a prefeitura como fonte de informação; 3,10% os sindicatos e 8,53% as instituições que auxiliam o empreendedor. Tais instituições não foram acessadas por falta de informação por parte do empreendedor ou por não contribuírem com informações importantes? São questões relevantes para complementar.

Tabela 26 - Onde obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio?

Onde obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio?	Qte. Cit.	Freq.
Eu já tinha informações, pois era funcionário em outra empresa do ramo.	47	36,43%
Em escritório de contabilidade	38	29,46%
Com outros empresários	33	25,58%
Com amigos	25	19,38%
Com pesquisa	22	17,05%
Não busquei informações	22	17,05%
Outros	18	13,95%
Em escolas/faculdades	11	8,53%
Em instituições que auxiliam o empreendedor	11	8,53%
Com consultores de empresa	10	7,75%
Na prefeitura	5	3,88%
No sindicato	4	3,10%
TOTAL DE OBS.	246	

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 7 - Onde obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio?

Fonte: Pesquisa de campo.

Além das opções apresentadas aos respondentes, havia a possibilidade de o empreendedor citar outros meios, apresentados na tabela 27, a seguir.

Dentre os meios, os pais foram citados, direta ou indiretamente, em algumas respostas, o que comprova a teoria de McClelland (1972) de que o ser humano segue seus modelos e a teoria de Gibb (1987 *apud* Sarkar, 2008) que defende que a decisão de tornar-se ou não empreendedor depende da influência para desenvolver atitudes empreendedoras e ambições ao longo da vida. Uma das fontes de influência são os pais, que atuam na infância e adolescência com suas ações e atitudes.

Tal fator pode contribuir para defender e aprofundar o estudo sobre a educação empreendedora, o desenvolvimento da região e as características de uma sociedade com liderança e atitudes empreendedoras nos diversos ramos.

Tabela 27–Outras fontes de informações sobre o mercado e exigências legais do negócio

Outras fontes de informações sobre o mercado e exigências legais do negócio	Qte. Cit.	Freq.
“Meu pai.”	2	11,11
“Participava de outra empresa.”	2	11,11
“Como a empresa é familiar, foram os meus pais que geriram isso.”	1	5,56
“Da própria empresa, pois já era funcionário desta antes de me tornar sócio.”	1	5,56
“Iniciei aos 15 anos junto com a família.”	1	5,56
“Trabalhávamos com artesões no período anterior à formalização.”	1	5,56
Cultura da empresa	1	5,56
Cliente	1	5,56
DETRAN-RS	1	5,56
“Já estava bem informada.”	1	5,56
“Observação pessoal e local em que me situo residencial e comercialmente.”	1	5,56
“Sou técnico em contabilidade.”	1	5,56
“A empresa originou da cisão de outra empresa que trabalhava no ramo.”	1	5,56
“Junto aos órgãos que regem a atividade.”	1	5,56
Entidades do mesmo ramo	1	5,56
“Quando iniciamos não necessitamos fazer todo esse processo.”	1	5,56
TOTAL de OBS.	18	100

Fonte: Pesquisa de campo.

Além da fonte de informação onde o empreendedor busca dados para verificar a viabilidade e possibilidade de sucesso da sua empresa, é relevante averiguar como a empresa, após iniciar suas atividades, se mantém atualizada.

Dentre as opções apresentadas, o empresário deveria indicar as três principais formas de atualização. Por se tratar de questão com múltipla escolha, pode-se afirmar que as feiras, exposições, simpósios e eventos, os cursos realizados em instituições do VP e os consultores estão entre as primeiras opções, não havendo diferença significativa entre as alternativas, quando se questiona sobre atualização empresarial, conforme apresentado na tabela 28 e no gráfico 8.

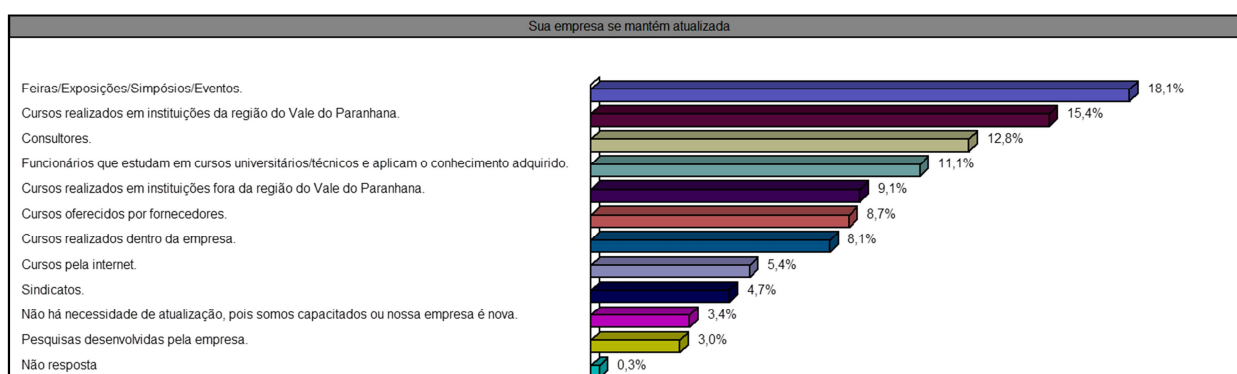
Vale ressaltar que a opção “funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido” seria a segunda alternativa quando se faz referência à atualização.

Tabela 28 – Atualização empresarial nos últimos 12 meses

Como sua empresa se mantém atualizada?	Qte. Cit.	Freq.
Feiras/exposições/simpósios/eventos	54	41,9%
Cursos realizados em instituições da região do Vale do Paranhana	46	35,7%
Consultores	38	29,5%
Funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido	33	25,6%
Cursos realizados em instituições fora da região do Vale do Paranhana	27	20,9%
Cursos oferecidos por fornecedores	26	20,2%
Cursos realizados dentro da empresa	24	18,6%
Cursos pela internet	16	12,4%
Sindicatos	14	10,9%
Não há necessidade de atualização, pois somos capacitados ou nossa empresa é nova	10	7,8%
Pesquisas desenvolvidas pela empresa	9	7,0%
Não resposta	1	0,8%
TOTAL OBS.	129	

A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas (5 no máximo).

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 8 – Atualização empresarial nos últimos 12 meses

Fonte: Pesquisa de campo

Acredita-se que é relevante avaliar a atualização empresarial por setor, identificando a forma mais utilizada por setor empresarial. Nesta análise, realizada nas tabelas 29 (análise por linha) e 30 (análise por coluna) e no gráfico 09, se percebe que as empresas prestadoras de serviço são as que mais realizam cursos em instituições fora do VP e as que mais aplicam o conhecimento adquirido pelos funcionários. Já as indústrias e a construção civil são as empresas que mais buscam cursos na região do VP e as que menos utilizam cursos oferecidos por fornecedores.

Das feiras, exposições, simpósios e eventos, item mais citado pelos respondentes, pode-se notar que todos os ramos os utilizam como forma de atualização, ressaltando a importância desses eventos na região.

Quando analisado cada setor isoladamente, pode-se ressaltar a importância dos consultores no setor de serviços e na agricultura e a forte presença de cursos oferecidos por fornecedores no comércio.

Tais informações podem servir de subsídio para as entidades que articulam localmente com cada setor de atividade.

Tabela 29–Atualização empresarial x setor – Análise por linha

Sua empresa se mantém atualizada/Setor	Indústria	Serviço	Agric.	Construção Civil	Comércio	TOTAL
Cursos realizados em instituições fora da região do Vale do Paranhana	33,3% (9)	63,0% (17)	0,0%	0,0%	11,1% (3)	100% (29)
Cursos realizados em instituições da região do Vale do Paranhana	45,7% (21)	37,0% (17)	0,0%	2,2% (1)	37,0% (17)	100% (56)
Cursos realizados dentro da empresa	29,2% (7)	41,7% (10)	0,0%	0,0%	37,5% (9)	100% (26)
Funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido	33,3% (11)	54,5% (18)	3,0% (1)	0,0%	27,3% (9)	100% (39)
Consultores	36,8% (14)	47,4% (18)	2,6% (1)	0,0%	28,9% (11)	100% (44)
Sindicatos	42,9% (6)	42,9% (6)	0,0%	0,0%	21,4% (3)	100% (15)
Cursos pela internet	25,0% (4)	43,8% (7)	0,0%	0,0%	56,3% (9)	100% (20)
Pesquisas desenvolvidas pela empresa	33,3% (3)	44,4% (4)	0,0%	0,0%	44,4% (4)	100% (11)
Feiras/exposições/simpósios/eventos	40,7% (22)	35,2% (19)	0,0%	0,0%	38,9% (21)	100% (62)
Cursos oferecidos por fornecedores	7,7% (2)	53,8% (14)	0,0%	0,0%	61,5% (16)	100% (32)
Não há necessidade de atualização, pois somos capacitados ou nossa empresa é nova	10,0% (1)	40,0% (4)	0,0%	10,0% (1)	40,0% (4)	100% (10)
TOTAL	31,8% (100)	45,0% (134)	0,8% (2)	1,6% (2)	36,4% (106)	100% (344)

Os valores da tabela são os percentuais em linha estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

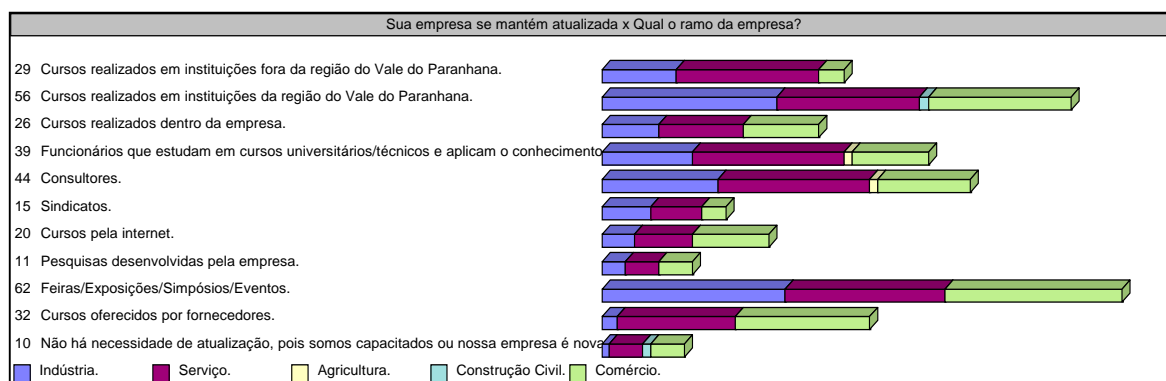
Tabela 30 – Atualização empresarial x setor – Análise por coluna

Sua empresa se mantém atualizada/Setor	Indústria	Serviço	Agric.	Constr. Civil	Comércio	TOTAL
Cursos realizados em instituições fora da região do Vale do Paranhana	22,0% (9)	29,3% (17)	0,0% (0)	0,0% (0)	6,4% (3)	20,9% (29)
Cursos realizados em instituições da região do Vale do Paranhana	51,2% (21)	29,3% (17)	0,0% (0)	50,0% (1)	36,2% (17)	35,7% (56)
Cursos realizados dentro da empresa	17,1% (7)	17,2% (10)	0,0% (0)	0,0% (0)	19,1% (9)	18,6% (26)
Funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido	26,8% (11)	31,0% (18)	100% (1)	0,0% (0)	19,1% (9)	25,6% (39)
Consultores	34,1% (14)	31,0% (18)	100% (1)	0,0% (0)	23,4% (11)	29,5% (44)
Sindicatos	14,6% (6)	10,3% (6)	0,0% (0)	0,0% (0)	6,4% (3)	10,9% (15)
Cursos pela internet	9,8% (4)	12,1% (7)	0,0% (0)	0,0% (0)	19,1% (9)	12,4% (20)
Pesquisas desenvolvidas pela empresa	7,3% (3)	6,9% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	8,5% (4)	7,0% (11)
Feiras/exposições/simpósios/eventos	53,7% (22)	32,8% (19)	0,0% (0)	0,0% (0)	44,7% (21)	41,9% (62)
Cursos oferecidos por fornecedores	4,9% (2)	24,1% (14)	0,0% (0)	0,0% (0)	34,0% (16)	20,2% (32)
Não há necessidade de atualização, pois somos capacitados ou nossa empresa é nova	2,4% (1)	6,9% (4)	0,0% (0)	50,0% (1)	8,5% (4)	7,8% (10)
TOTAL	100% (100)	100% (134)	100% (2)	100% (2)	100% (106)	100% (344)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 9 – Atualização empresarial x setor



Fonte: Pesquisa de campo

Quando avaliada a atualização empresarial com relação ao tamanho da empresa, na tabela 31, percebe-se que as microempresas buscam o aperfeiçoamento em instituições do VP, enquanto as pequenas procuram fora da região do VP. Há necessidade de maior investigação sobre o aspecto, pois pode não existir suporte à empresa que possui estrutura e conhecimento em desenvolvimento.

Outro fator importante é sobre a aplicação do conhecimento dos funcionários, pois as pequenas empresas utilizam mais essa forma de procedimento.

Com relação às feiras, exposições, simpósios e eventos, é irrelevante o porte da empresa, visto que, independentemente de sua estrutura, todos os utilizam como uma das principais maneiras de atualização.

Tabela 31 - Sua empresa se mantém atualizada x porte da empresa - Análise por coluna

Sua empresa se mantém atualizada/Porte da empresa	Pequena	Micro	TOTAL
Cursos realizados em instituições fora da região do Vale do Paranhana	32,4% (12)	16,3% (15)	20,9% (27)
Cursos realizados em instituições da região do Vale do Paranhana	27,0% (10)	39,1% (36)	35,7% (46)
Cursos realizados dentro da empresa	29,7% (11)	14,1% (13)	18,6% (24)
Funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido	40,5% (15)	19,6% (18)	25,6% (33)
Consultores	37,8% (14)	26,1% (24)	29,5% (38)
Sindicatos	21,6% (8)	6,5% (6)	10,9% (14)
Cursos pela internet	16,2% (6)	10,9% (10)	12,4% (16)
Pesquisas desenvolvidas pela empresa	5,4% (2)	7,6% (7)	7,0% (9)
Feiras/exposições/simpósios/eventos	40,5% (15)	42,4% (39)	41,9% (54)
Cursos oferecidos por fornecedores	18,9% (7)	20,7% (19)	20,2% (26)
Não há necessidade de atualização, pois somos capacitados ou nossa empresa é nova	2,7% (1)	9,8% (9)	7,8% (10)
TOTAL	100% (101)	100% (196)	100% (297)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Com relação aos cursos realizados fora da região do VP, as instituições mais citadas pelos empreendedores foram Unisinos e Humanize, conforme tabela 32:

Tabela 32 – Instituições de ensino fora da região do VP

Instituições de ensino fora da região do VP	Qte. Cit.	Freq.
Unisinos	2	8,00%
Vários cursos e especializações/ várias escolas	2	8,00%
Humanize	2	8,00%
Sisnema	1	4,00%
FGV	1	4,00%
Grupo Repullo - São Paulo	1	4,00%
Feevale	1	4,00%
DAC	1	4,00%
IDC	1	4,00%
ADVB	1	4,00%
PUC	1	4,00%
Líder Coach em Porto Alegre	1	4,00%
AGAS	1	4,00%
SECOVI	1	4,00%
UCS	1	4,00%
Domi Muller	1	4,00%
De la Lastra	1	4,00%
ESPM	1	4,00%
Central Sicoob/SC	1	4,00%
ULBRA	1	4,00%
DETRAN-RS	1	4,00%
SEBRAE NH	1	4,00%
	25	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Já dos cursos realizados na região do VP, a instituição mais citada foi a FACCAT, com 37,50% das indicações, somando-se as indicações da instituição e do PEIEX, sendo 19,64% e 17,86% cada um respectivamente.

Em segundo lugar, vem o CDL, com 17,87% das citações, somando-se todas as citações da instituição CDL e do SEBRAE, e, em terceiro lugar, com 14,29% das indicações, somam-se SEBRAE e Empretec, já que o último é uma atividade desenvolvida pelo SEBRAE. Tais informações e demais instituições podem ser visualizadas na tabela 33.

Tabela 33 - Cursos realizados em instituições da região do VP

Instituições de ensino da região do VP	Qte. Cit.	Freq.
FACCAT	11	19,64%
FACCAT Peiex	10	17,86%
CDL	8	14,29%
CDL Igrejinha/Três Coroas	1	1,79%
CDL Rolante/Riozinho	1	1,79%
SEBRAE	7	12,50%
Empretec - SEBRAE	1	1,79%
SENAC	3	5,36%
Associação dos Contabilistas - ACON e CRC	3	5,36%
SENAI	1	1,79%
PGQP	2	3,57%
CICS-VP	2	3,57%
IENH - Polo de Igrejinha	1	1,79%
Sindilojas	1	1,79%
Agas	1	1,79%
Embeleze, Centro Mulher	1	1,79%
Valderez - Formação de Condutores	1	1,79%
Feevale	1	1,79%
	56	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Dos cursos realizados dentro da empresa, foram citados os “cursos na WEB” e realizados por consultoria.

Das instituições onde os funcionários estudam e aplicam o seu conhecimento na empresa, a mais citada foi a FACCAT, com 51,52% das citações, seguida da FEEVALE, com 24,24%. Tais informações podem ser confirmadas na tabela 34.

Tabela 34 – Instituições onde os funcionários estudam

Instituições onde os funcionários estudam	Qte. Cit.	Freq.
FACCAT	17	51,52%
FEEVALE	8	24,24%
Unisinos	3	9,09%
Cursos de Prótese	1	3,03%
IENH - Polo de Igrejinha.	1	3,03%
Cimol	1	3,03%
UFRGS	1	3,03%
Liberato	1	3,03%
TOTAL de OBS	33	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Ainda, dos consultores, o SEBRAE obteve 5 citações e a FACCAT, com o projeto PEIEX, 4 citações.

Dos sindicatos, também indicados como fonte de atualização, o Sindilojas, o Sindicato das Indústrias de Calçados de Igrejinha e Três Coroas e o CDL obtiveram duas citações cada um.

Dos cursos realizados pela *internet*, 4 empreendedores indicaram os cursos *online* do SEBRAE, um empreendedor indicou cursos da “Faculdade Anhanguera”. Também foram citadas a Universidade PENN e universidades do exterior.

Com relação às pesquisas desenvolvidas pelas empresas, foram indicadas: pesquisa de satisfação com clientes (3), pesquisa sobre concorrentes (2), pesquisa de satisfação interna (1), pesquisas na *internet* (1) e pesquisa de preço (1).

Das feiras, exposições, simpósios e eventos, várias foram as indicações, dentre as quais se podem destacar a Couromoda e a Fimec, com 4 indicações cada uma, seguidas pela Zero Grau e pela SICCC, com 3 indicações cada uma.

Na questão seguinte, questão 11, para analisar se as empresas da região do VP implantam inovações, questionou-se: “Que tipo de aperfeiçoamento sua empresa implantou nos últimos 12 meses?”

Solicitou-se que os empreendedores indicassem os três principais aperfeiçoamentos implantados dentre os apresentados com a opção de indicar outras inovações não relacionadas no questionário.

Dentre os aperfeiçoamentos indicados, que podem ser vistos na tabela 35, a aquisição de máquinas e equipamentos; a participação em cursos e a implantação de novos processos são os mais representativos. Seguidos a esses estão a reforma

em instalações, novidades em termos de produto/serviço para a empresa, informatização de processos e qualificação de pessoal.

As inovações mais representativas para o mercado, como inovação em produtos e serviços, registro de marca ou produto e identificação de um novo mercado, foram pouco indicadas pelos empresários.

Tabela 35 – Aperfeiçoamento empresarial nos últimos 12 meses

Aperfeiçoamento nos últimos 12 meses	Qte. Cit.	Freq.
Adquiriu máquinas e equipamentos	59	45,7%
Participou de cursos	50	38,8%
Implantou novos processos	43	33,3%
Reformou instalações	39	30,2%
Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa	34	26,4%
Informatizou processos	29	22,5%
Qualificou pessoal	29	22,5%
Vendeu para um novo mercado	16	12,4%
Criou novos produtos/serviços para o mercado ou para o mundo	15	11,6%
Mudou o layout	8	6,2%
Registrou uma marca ou produto	8	6,2%
Outros	4	3,1%
Nenhuma resposta	3	2,3%
TOTAL OBS.	129	

A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas (3 no máximo).

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando analisada cada possibilidade de aperfeiçoamento indicada por setor, se percebe que a aquisição de máquinas e equipamentos é mais praticada nos setores de serviço e indústria, provavelmente pela particularidade de suas operações, conforme tabela 36 e gráfico 10.

A participação em cursos, segundo item que mais é utilizado para a atualização empresarial, destaca-se nos setores de serviço e comércio, provavelmente pela necessidade de maior capacitação de pessoal.

O terceiro item, a implantação de novos processos, foi executado, em maior parte, pelas empresas prestadoras de serviço.

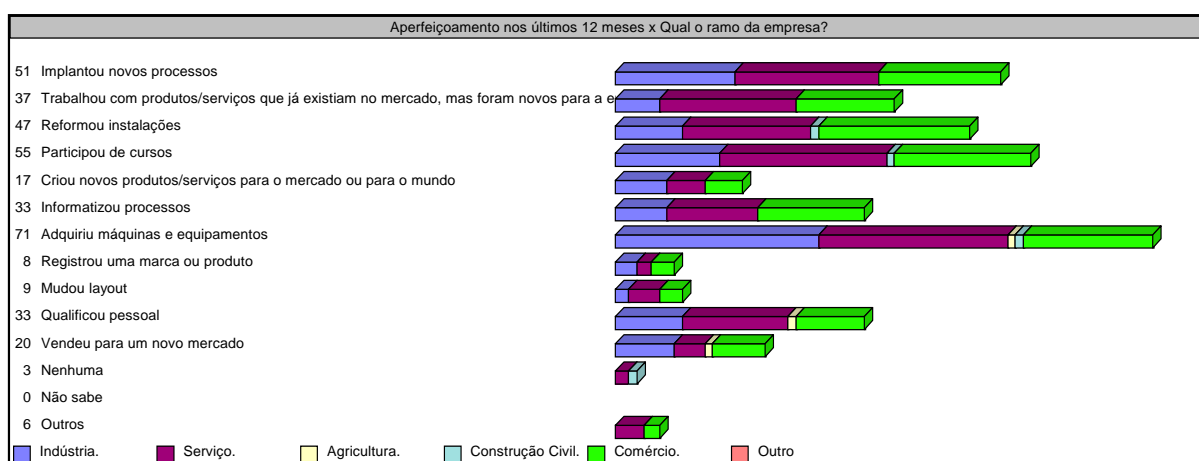
Tabela 36 - Aperfeiçoamento empresarial x setor – Análise por linha

Aperfeiçoamento / Setor	Indústria	Serviço	Agricultura	Construção Civil	Comércio	TOTAL
Implantou novos processos	37,2% (16)	44,2% (19)	0,0% (0)	0,0% (0)	37,2% (16)	100% (51)
Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa	17,6% (6)	52,9% (18)	0,0% (0)	0,0% (0)	38,2% (13)	100% (37)
Reformou instalações	23,1% (9)	43,6% (17)	0,0% (0)	2,6% (1)	51,3% (20)	100% (47)
Participou de cursos	28,0% (14)	44,0% (22)	0,0% (0)	2,0% (1)	36,0% (18)	100% (55)
Criou novos produtos/serviços para o mercado ou para o mundo	46,7% (7)	33,3% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	33,3% (5)	100% (17)
Informatizou processos	24,1% (7)	41,4% (12)	0,0% (0)	0,0% (0)	48,3% (14)	100% (33)
Adquiriu máquinas e equipamentos	45,8% (27)	42,4% (25)	1,7% (1)	1,7% (1)	28,8% (17)	100% (71)
Registrou uma marca ou produto	37,5% (3)	25,0% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	37,5% (3)	100% (8)
Mudou o layout	25,0% (2)	50,0% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	37,5% (3)	100% (9)
Qualificou pessoal	31,0% (9)	48,3% (14)	3,4% (1)	0,0% (0)	31,0% (9)	100% (33)
Vendeu para um novo mercado	50,0% (8)	25,0% (4)	6,3% (1)	0,0% (0)	43,8% (7)	100% (20)
Nenhuma resposta	0,0% (0)	66,7% (2)	0,0% (0)	33,3% (1)	0,0% (0)	100% (3)
Não sabe	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0%
Outros	0,0% (0)	100% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	50,0% (2)	100% (6)
TOTAL	31,8% (108)	45,0% (148)	0,8% (3)	1,6% (4)	36,4% (127)	100% (390)

Os valores da tabela são os percentuais em linha estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 10 - Aperfeiçoamento empresarial x Setor



Fonte: Pesquisa de campo.

Quando avaliado o aperfeiçoamento com relação ao grau de instrução dos empresários, conforme tabela 37 e gráfico 11, constata-se que a aquisição de

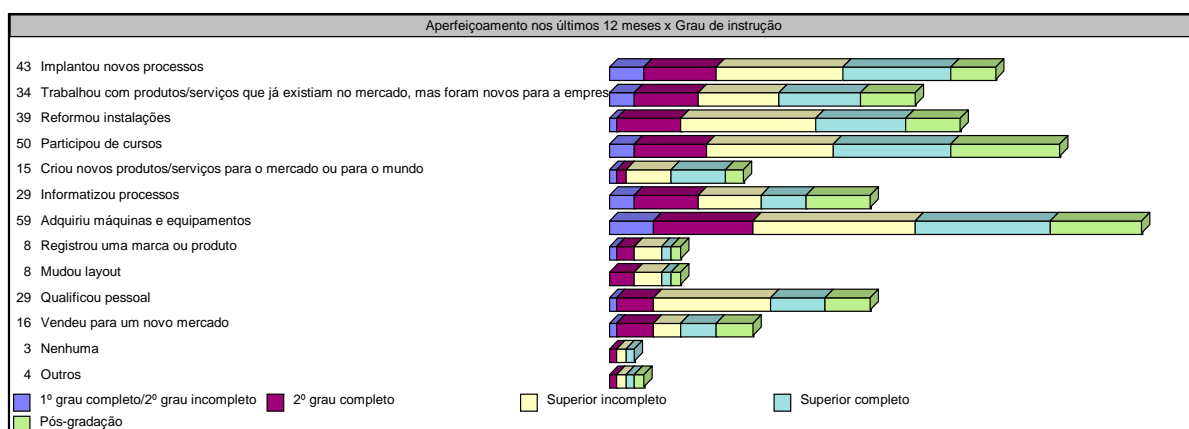
máquinas e equipamentos e a participação em cursos são as formas de aperfeiçoamento citadas por todos, independentemente do grau de escolaridade.

Apenas pelos empreendedores com nível superior incompleto há a indicação de reforma em instalação como segunda opção. Para os empreendedores com pós-graduação, a informatização de processos é a terceira opção mais indicada. Os empreendedores com 1º grau completo ou 2º grau incompleto indicaram como terceira opção, com 33,3%: Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa; participou de cursos e informatizou processos.

Tabela 37 - Aperfeiçoamento empresarial x grau de instrução

Aperfeiçoamento nos últimos 12 meses/Grau de instrução	1º grau completo 2º grau incompleto	2º grau completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós-graduação	TOTAL
Implantou novos processos	44,4% (4)	32,0% (8)	35,0% (14)	38,7% (12)	20,8% (5)	33,3% (43)
Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa	33,3% (3)	28,0% (7)	22,5% (9)	29,0% (9)	25,0% (6)	26,4% (34)
Reformou instalações	11,1% (1)	28,0% (7)	37,5% (15)	32,3% (10)	25,0% (6)	30,2% (39)
Participou de cursos	33,3% (3)	32,0% (8)	35,0% (14)	41,9% (13)	50,0% (12)	38,8% (50)
Criou novos produtos/serviços para o mercado ou para o mundo	11,1% (1)	4,0% (1)	12,5% (5)	19,4% (6)	8,3% (2)	11,6% (15)
Informatizou processos	33,3% (3)	28,0% (7)	17,5% (7)	16,1% (5)	29,2% (7)	22,5% (29)
Adquiriu máquinas e equipamentos	55,6% (5)	44,0% (11)	45,0% (18)	48,4% (15)	41,7% (10)	45,7% (59)
Registrou uma marca ou produto	11,1% (1)	8,0% (2)	7,5% (3)	3,2% (1)	4,2% (1)	6,2% (8)
Mudou o layout	0,0% (0)	12,0% (3)	7,5% (3)	3,2% (1)	4,2% (1)	6,2% (8)
Qualificou pessoal	11,1% (1)	16,0% (4)	32,5% (13)	19,4% (6)	20,8% (5)	22,5% (29)
Vendeu para um novo mercado	11,1% (1)	16,0% (4)	7,5% (3)	12,9% (4)	16,7% (4)	12,4% (16)
Nenhuma resposta	0,0% (0)	4,0% (1)	2,5% (1)	3,2% (1)	0,0% (0)	2,3% (3)
Outros	0,0% (0)	4,0% (1)	2,5% (1)	3,2% (1)	4,2% (1)	3,1% (4)
TOTAL	100% (23)	100% (64)	100% (106)	100% (84)	100% (60)	100% (337)

Os valores da tabela são os percentuais em linha estabelecidos sobre 129 observações.
Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 11 – Aperfeiçoamento empresarial x grau de instrução

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando analisado o tamanho da empresa com o aperfeiçoamento implantado, conforme tabela 38 e gráfico 12, percebe-se que a qualificação de pessoal foi realizada, em maior parte, pelas empresas de pequeno porte: Sarkar (2008) afirma que uma economia mais inovadora faz mais investimento em pessoas, assim como em capital.

É importante também repetir a referência de Sicsú e Bolaño (2007): “Quanto mais se conhece, mais se está apto para a aquisição de conhecimentos”.

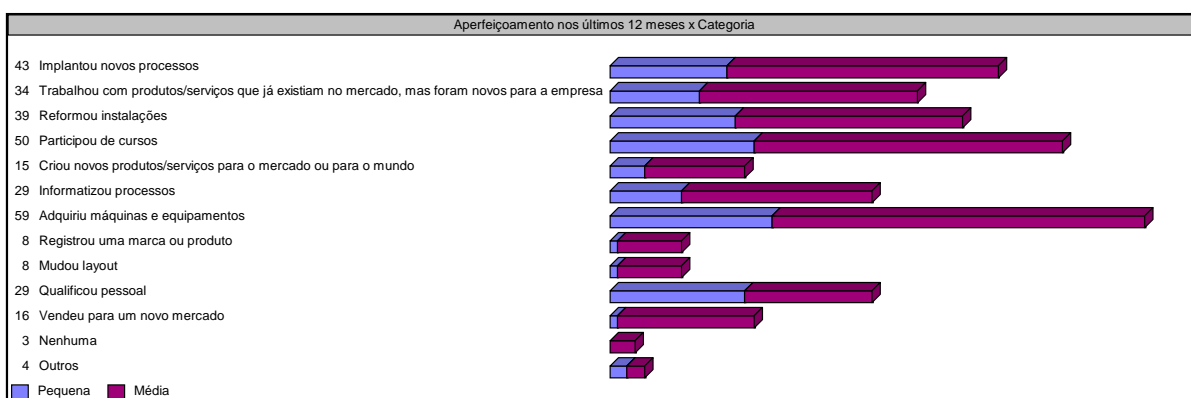
Mas se observa que a venda para novos mercados e o registro de produtos/serviços, fatores relevantes com relação à inovação nas empresas e mercado, estão mais desenvolvidos nas microempresas, bem como o desenvolvimento de novos produtos/serviços para o mercado ou mundo.

Tabela 38 – Aperfeiçoamento empresarial x categoria

Aperfeiçoamento nos últimos 12 meses/Categoria	Pequena	Micro	TOTAL
Implantou novos processos	35,1% (13)	32,6% (30)	33,3% (43)
Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa	27,0% (10)	26,1% (24)	26,4% (34)
Reformou instalações	37,8% (14)	27,2% (25)	30,2% (39)
Participou de cursos	43,2% (16)	37,0% (34)	38,8% (50)
Criou novos produtos/serviços para o mercado ou para o mundo	10,8% (4)	12,0% (11)	11,6% (15)
Informatizou processos	21,6% (8)	22,8% (21)	22,5% (29)
Adquiriu máquinas e equipamentos	48,6% (18)	44,6% (41)	45,7% (59)
Registrou uma marca ou produto	2,7% (1)	7,6% (7)	6,2% (8)
Mudou o layout	2,7% (1)	7,6% (7)	6,2% (8)
Qualificou pessoal	40,5% (15)	15,2% (14)	22,5% (29)
Vendeu para um novo mercado	2,7% (1)	16,3% (15)	12,4% (16)
Nenhuma resposta	0,0% (0)	3,3% (3)	2,3% (3)
Outros	5,4% (2)	2,2% (2)	3,1% (4)
TOTAL	100% (103)	100% (234)	100% (337)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 12 – Aperfeiçoamento empresarial x categoria

Fonte: Pesquisa de campo.

Na opção “Outros”, mais inovações foram indicadas pelos empreendedores: a ampliação das instalações, a criação de uma empresa nova e o ciclo PDCA mensal.

Na questão 12, os empreendedores foram questionados sobre os motivos da busca pelo aperfeiçoamento indicado na questão 11.

80,62% dos empreendedores informaram que o aperfeiçoamento foi implantado para melhorar a qualidade do produto/serviço ou atendimento da empresa, conforme tabela 39 e gráfico 13.

Seguidos ao principal motivo, foram indicados o aumento na participação de mercado (38,76%), a melhora nas condições de trabalho (33,33%) e a redução de custos e abertura de novos mercados, com 28,68% ambas as alternativas.

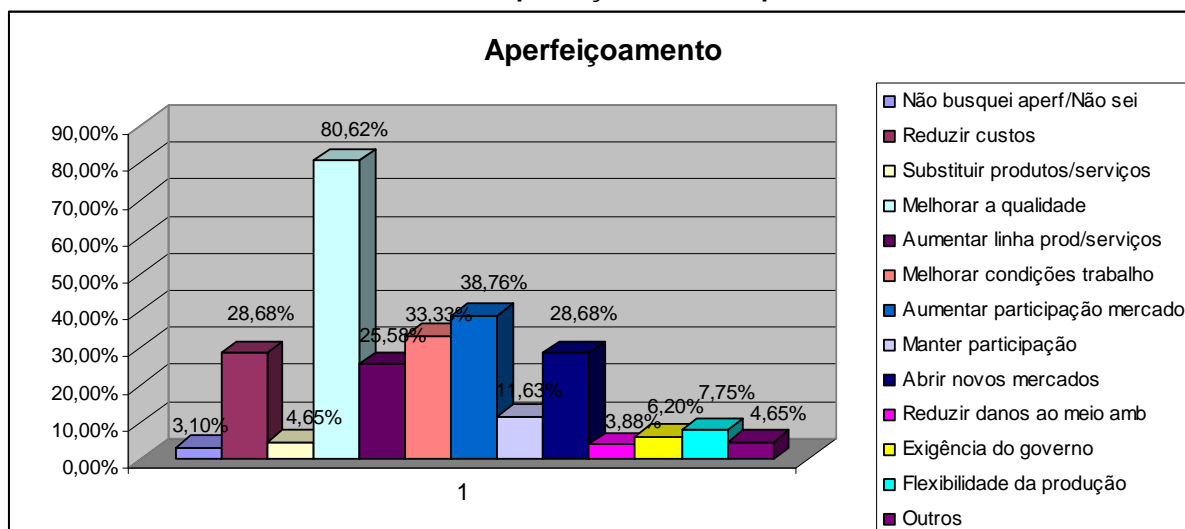
Tabela 39 – Motivos do aperfeiçoamento empresarial

Motivos do aperfeiçoamento empresarial	Qte. Cit.	Freq.
Para melhorar a qualidade do produto/serviço ou atendimento	104	80,62%
Para aumentar participação de mercado	50	38,76%
Para melhorar as condições de trabalho	43	33,33%
Para reduzir custos	37	28,68%
Para abrir novos mercados	37	28,68%
Para aumentar a linha de produtos/serviços	33	25,58%
Para manter participação de mercado	15	11,63%
Para aumentar a flexibilidade da produção	10	7,75%
Por exigência do governo	8	6,20%
Para substituir produtos/serviços que seriam descontinuados	6	4,65%
Outros	6	4,65%
Para reduzir os danos ao meio ambiente	5	3,88%
Não busquei aperfeiçoamento/Não sei	4	3,10%
TOTAL OBS.	129	

A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas (3 no máximo).

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 13 – Aperfeiçoamento empresarial



Fonte: Pesquisa de campo.

Também foram indicados os seguintes fatores: agilidade na gestão de custos (1), motivação dos empregados (1), empresa nova (1), exigência da franquia (1) e desenvolvimento (1).

Com relação à inovação, solicitou-se que o empreendedor indicasse os três fatores de maior relevância para gerar inovação na sua empresa.

A capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir e o empreendedor/empresário foram os fatores indicados por 53,5% dos pesquisados como os de maior relevância para a inovação, conforme tabela 40.

As opções para esta questão tiveram como base as referências de Julien (2010) e a pesquisa do GEM (2010).

Muito se tem falado do intraempreendedor, que é o empreendedor que desenvolve atividades dentro de organizações: que tem o perfil empreendedor, mas não deseja correr o risco de abrir a sua empresa. Essa opção reforça a necessidade de uma educação empreendedora para que o empregado possa ter iniciativa e criatividade para agir.

O empreendedor/empresário, segundo item mais indicado (52,7%), merece atenção também com relação ao desenvolvimento e informações.

O apoio financeiro, terceiro item, com 38,8% das indicações, pode vir da iniciativa pública ou privada. Para contemplar esse fator, o governo brasileiro disponibiliza várias linhas de crédito ao empreendedor, mas os projetos apresentados não atingem o mínimo esperado por eles, além da burocracia exigida.

Complementando esse fator, o empresário, conforme entrevistas, é imediatista, e a necessidade de desenvolver projetos não faz parte da atual cultura empresarial brasileira.

Em contrapartida ao apresentado anteriormente como itens relevantes para gerar inovação, a experiência empreendedora na juventude não é fator relevante, pois apenas 6,2% dos respondentes indicaram tal opção, mas citaram o empreendedor como segundo item mais relevante para gerar inovação.

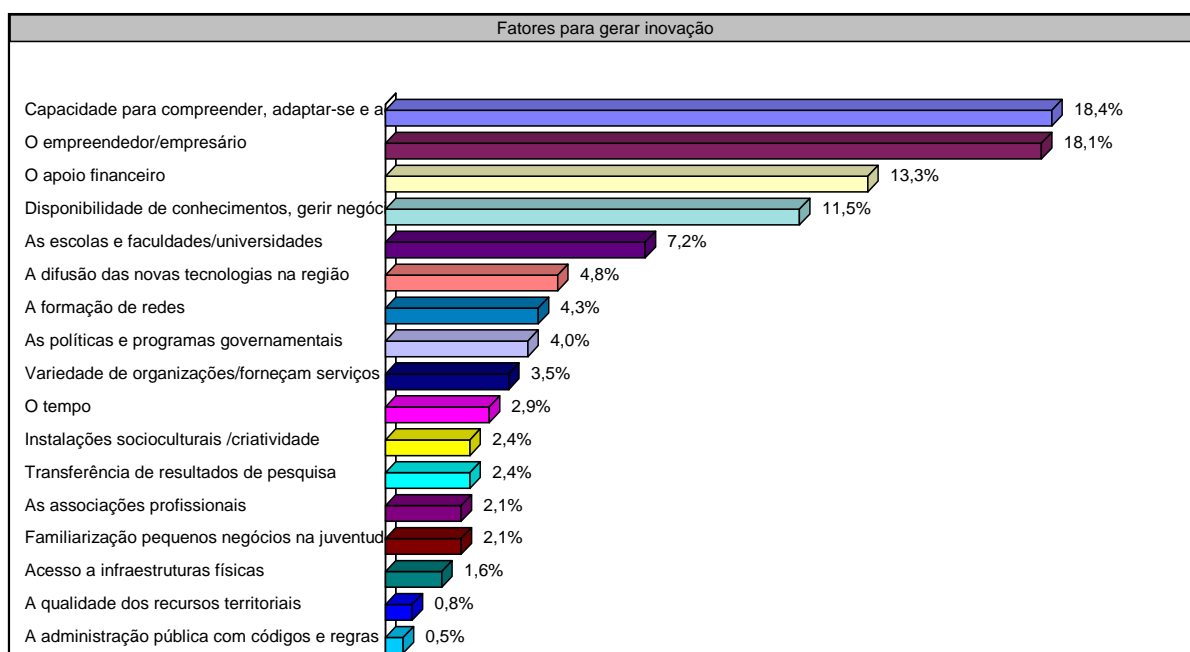
Diversos itens merecem a atenção para uma futura discussão, como a transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento; as escolas e faculdades/universidades, embora este item tenha sido indicado por 20,9% dos respondentes; a difusão de novas tecnologias; a formação de redes.

Tabela 40 – Fatores necessários para gerar inovação

Fatores necessários para gerar inovação	Qte.Cit.	Freq.
A capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir	69	53,5%
O empreendedor/empresário	68	52,7%
O apoio financeiro	50	38,8%
A disponibilidade de conhecimentos que contribuem para o processo de gerir negócios	43	33,3%
As escolas e faculdades/universidades	27	20,9%
A difusão das novas tecnologias na região	18	14,0%
A formação de redes	16	12,4%
As políticas e programas governamentais	15	11,6%
A variedade de organizações que forneçam serviços às empresas, como câmaras, agências, laboratórios, financeiras, etc.	13	10,1%
O tempo	11	8,5%
Instalações socioculturais que favoreçam a descontração e criatividade	9	7,0%
A transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento	9	7,0%
As associações profissionais	8	6,2%
A familiarização com pequenos negócios durante a juventude	8	6,2%
Acesso a infraestruturas físicas	6	4,7%
A qualidade dos recursos territoriais	3	2,3%
A administração pública com códigos e regras	2	1,6%
TOTAL OBS.	129	

A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas (3 no máximo).

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 14- Fatores necessários para gerar inovação

Fonte: Pesquisa de campo.

Pode-se verificar que há diferença na identificação de relevância para a geração de inovação quando analisado o tamanho da empresa, conforme tabela 41. A disponibilidade de conhecimentos que contribuem para o processo de gerir negócios passa a ser fator relevante para a empresa de pequeno porte, com 35,1% das indicações, sendo o terceiro item mais indicado. As escolas e faculdades/universidades também aparecem com 32,4% das indicações, enquanto esse fator é indicado apenas por 16,3% dos microempresários.

Com a informação da questão 10, de que a empresa de pequeno porte busca conhecimento em instituições fora da região do VP, pode haver a indicação de uma necessidade diferenciada das empresas de pequeno porte, visto que já são empresas mais estruturadas, que possuem conhecimento e, talvez, queiram investir em inovação e desenvolvimento.

Para a empresa de pequeno porte, o apoio financeiro passa a ser indicado em 29,7% das vezes, ou seja, passa para a quinta posição, enquanto, para a microempresa, o apoio financeiro está em terceiro lugar na ordem de importância, indicado por 42,4% dos empreendedores.

A transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento também é mais indicada pela pequena empresa (13,5%) do que pela microempresa (4,3%), fator que indica uma diferença em termos de conceitos empresariais e de inovação.

Outros fatores relevantes estão na formação de redes e na difusão de novas tecnologias na região, ambas mais indicadas pelas microempresas.

A administração pública com códigos e regras foi indicada apenas pela empresa de pequeno porte.

Tabela 41 - Fatores necessários para gerar inovação x categoria

Fatores necessários para gerar inovação/Categoria	Pequena	Micro	TOTAL
O empreendedor/empresário	64,9% (24)	47,8% (44)	52,7% (68)
O tempo	8,1% (3)	8,7% (8)	8,5% (11)
A formação de redes	8,1% (3)	14,1% (13)	12,4% (16)
A capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir	45,9% (17)	56,5% (52)	53,5% (69)
A difusão das novas tecnologias na região	8,1% (3)	16,3% (15)	14,0% (18)
A qualidade dos recursos territoriais	2,7% (1)	2,2% (2)	2,3% (3)
As escolas e faculdades/universidades	32,4% (12)	16,3% (15)	20,9% (27)
As associações profissionais	8,1% (3)	5,4% (5)	6,2% (8)
A familiarização com pequenos negócios durante a juventude	0,0% (0)	8,7% (8)	6,2% (8)
O apoio financeiro	29,7% (11)	42,4% (39)	38,8% (50)
As políticas e programas governamentais	10,8% (4)	12,0% (11)	11,6% (15)
A administração pública com códigos e regras	5,4% (2)	0,0% (0)	1,6% (2)
Instalações socioculturais que favoreçam a descontração e criatividade	2,7% (1)	8,7% (8)	7,0% (9)
A variedade de organizações que forneçam serviços às empresas, como câmaras, agências, laboratórios, financeiras, etc.	10,8% (4)	9,8% (9)	10,1% (13)
A disponibilidade de conhecimentos que contribuem para o processo de gerir negócios	35,1% (13)	32,6% (30)	33,3% (43)
A transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento	13,5% (5)	4,3% (4)	7,0% (9)
Acesso a infraestruturas físicas	5,4% (2)	4,3% (4)	4,7% (6)
TOTAL	100% (108)	100% (267)	100% (375)

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando analisados os fatores que podem gerar inovação na empresa com relação ao grau de instrução dos respondentes, conforme tabela 42 e gráfico 15, percebe-se que os empreendedores que têm nível superior incompleto ou completo apresentam o mesmo perfil de indicação.

Quanto ao apoio financeiro, este fator é mais relevante para os empreendedores com o 1º grau completo ou 2º grau incompleto, com 77,8% das indicações.

Dos três principais fatores para gerar a inovação, o item “A capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir” foi unanimidade entre os empreendedores, ficando sempre entre as duas principais indicações, independentemente da formação do empreendedor.

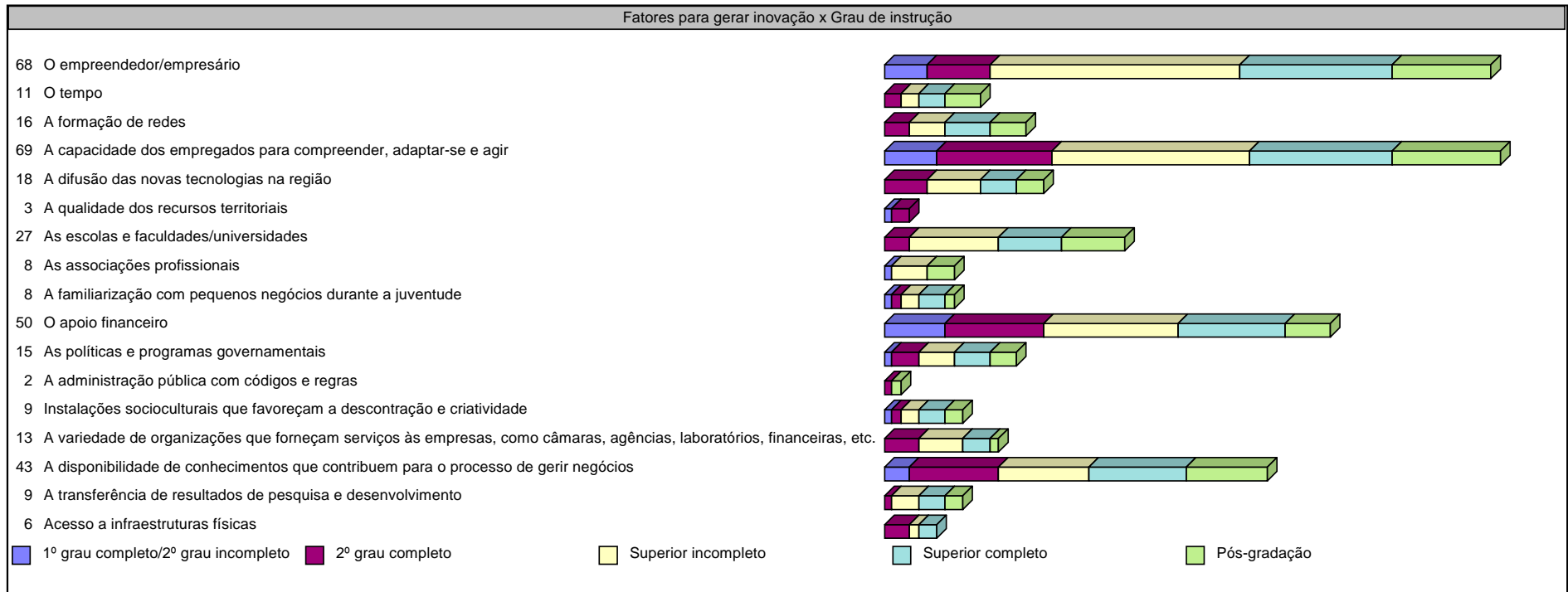
Tabela 42 – Fatores necessários para gerar inovação x grau de instrução

Fatores necessários para gerar inovação/Grau de instrução	1º grau completo 2º grau incompleto	2º grau completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós-graduação	TOTAL
O empreendedor/empresário	55,6% (5)	28,0% (7)	70,0% (28)	54,8% (17)	45,8% (11)	52,7% (68)
O tempo	0,0% (0)	8,0% (2)	5,0% (2)	9,7% (3)	16,7% (4)	8,5% (11)
A formação de redes	0,0% (0)	12,0% (3)	10,0% (4)	16,1% (5)	16,7% (4)	12,4% (16)
A capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir	66,7% (6)	52,0% (13)	55,0% (22)	51,6% (16)	50,0% (12)	53,5% (69)
A difusão das novas tecnologias na região	0,0% (0)	20,0% (5)	15,0% (6)	12,9% (4)	12,5% (3)	14,0% (18)
A qualidade dos recursos territoriais	11,1% (1)	8,0% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,3% (3)
As escolas e faculdades/universidades	0,0% (0)	12,0% (3)	25,0% (10)	22,6% (7)	29,2% (7)	20,9% (27)
As associações profissionais	11,1% (1)	0,0% (0)	10,0% (4)	0,0% (0)	12,5% (3)	6,2% (8)
A familiarização com pequenos negócios durante a juventude	11,1% (1)	4,0% (1)	5,0% (2)	9,7% (3)	4,2% (1)	6,2% (8)
O apoio financeiro	77,8% (7)	44,0% (11)	37,5% (15)	38,7% (12)	20,8% (5)	38,8% (50)
As políticas e programas governamentais	11,1% (1)	12,0% (3)	10,0% (4)	12,9% (4)	12,5% (3)	11,6% (15)
A administração pública com códigos e regras	0,0% (0)	4,0% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	4,2% (1)	1,6% (2)
Instalações socioculturais que favoreçam a descontração e criatividade	11,1% (1)	4,0% (1)	5,0% (2)	9,7% (3)	8,3% (2)	7,0% (9)
A variedade de organizações que forneçam serviços às empresas, como câmaras, agências, laboratórios, financeiras, etc.	0,0% (0)	16,0% (4)	12,5% (5)	9,7% (3)	4,2% (1)	10,1% (13)
A disponibilidade de conhecimentos que contribuem para o processo de gerir negócios	33,3% (3)	40,0% (10)	25,0% (10)	35,5% (11)	37,5% (9)	33,3% (43)
A transferência de resultados de pesquisa e desenvolvimento	0,0% (0)	4,0% (1)	7,5% (3)	9,7% (3)	8,3% (2)	7,0% (9)
Acesso a infraestruturas físicas	0,0% (0)	12,0% (3)	2,5% (1)	6,5% (2)	0,0% (0)	4,7% (6)
TOTAL	100% (26)	100% (70)	100% (118)	100% (93)	100% (68)	100% (375)

Os valores da tabela são os percentuais em coluna estabelecidos sobre 129 observações.

Fonte: Pesquisa de campo.

Gráfico 15 - Fatores necessários para gerar inovação x grau de instrução



Fonte: Pesquisa de campo.

A presença dos agentes de fomento ao empreendedorismo, sob o ponto de vista dos empreendedores, foi avaliada com base no conhecimento e utilização dos programas e benefícios a partir da questão 14. Dessa forma, questiona-se sobre cada instituição apresentada para, posteriormente, avaliar a participação no ambiente e o interesse demonstrado por parte do empresário.

Para isso, apresentou-se a seguinte questão: Você busca informações sobre benefícios, projetos e programas de auxílio às empresas?

57,36% dos empresários afirmaram que buscam informações (tabela 43) e, dentre os projetos e benefícios mais citados pelos empreendedores, estão o PEIEX, com 24,72% das citações, o SEBRAE, com 16,85%, e o cartão BNDES, com 11,24% das citações, o que está apresentado na tabela 44.

Tabela 43 - Informações sobre projetos e programas de auxílio ao empreendedor

Você busca informações sobre benefícios, projetos e programas de auxílio às empresas?	Qte. Cit.	Freq.
Sim	74	57,36%
Não	55	42,64%
Total	129	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 44 – Projetos e programas utilizados

Projetos que conhece ou utilizou	Qte. Cit.	%
PEIEX	22	24,72%
SEBRAE	15	16,85%
Cartão BNDES	10	11,24%
Cursos fornecidos pelo CDL	4	4,49%
ALI-SEBRAE (Agentes Locais de Inovação)	3	3,37%
CONSULTORIAS/Assessorias Particulares	3	3,37%
PREGER	3	3,37%
FINAME	2	2,25%
FINEP(Financiadora de Estudos e Projetos)	2	2,25%
Através da Internet	2	2,25%
SENAI	2	2,25%
Q-COMÉRCIO	1	1,12%
PROGEREM	1	1,12%
Captação de recursos junto ao BRDE para ampliação da sede da empresa	1	1,12%
“Usamos e indicamos linhas de créditos do governo para aquisição de equipamentos de informática, pode parecer uma coisa simples, mas muitos empresários da região não sabem que existe.”	1	1,12%
FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio do Sul)	1	1,12%
FUNDOPEM/RS (Fundo Operação Empresa do Estado do Rio Grande do Sul)	1	1,12%
Lei do Bem	1	1,12%
PBQP-h (Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat)	1	1,12%
Programas relacionados à área mercadista, auxílio Agas, financiamentos junto aos bancos, onde o governo auxilia.	1	1,12%
FNQ (Fundação Nacional da Qualidade)	1	1,12%
Plano da Qualidade do PGQP	1	1,12%
“Projeto Procomp. Este projeto teve a duração de 12 meses, e foi realizado em parceria com o Sindigraf, Fiergs, Sebrae, Governo Federal e das indústrias gráficas. Tivemos a assessoria de consultores "in loco", além de oficinas, reuniões e palestras na sede do Sindicato. Os módulos desenvolvidos foram: Comercial e Marketing, Financeiro, Gestão por Resultados, Resiliência e Controles Gerenciais.”	1	1,12%
Criação de redes como a Agapli, incentivada pelo Governo do Estado, que proporciona melhor poder de compra.	1	1,12%
“Programas oferecidos pela ANAMACO, Instituições Financeiras, e os da Rede que participamos.”	1	1,12%
Cursos Sindilojas	1	1,12%
Cursos de formação profissional dirigidos aos funcionários	1	1,12%
Curso de pós-graduação	1	1,12%
CICS	1	1,12%
GDE - Gestão Desenvolvimento para a Excelência	1	1,12%
Banco do Brasil	1	1,12%
“Ainda não tivemos oportunidade de conhecer e utilizar tais recursos.”	1	1,12%
	89	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando questionados sobre os motivos pelos quais não buscam informações sobre projetos, programas e benefícios, dos 42,64% dos empreendedores que indicaram que não procuram informações, 26,79% acreditam que os programas e projetos não oferecem benefícios para a sua empresa.

16,07% dos empresários não sabem onde buscar informações e 14,29% não têm tempo para pesquisar e analisar o que é oferecido, conforme tabela 45.

Tabela 45 – Por que não busca informações sobre projetos, programas e benefícios?

Por que não busca informações sobre projetos, programas e benefícios?	Qte.Cit.	Freq.
Não sei onde buscar informações	9	16,07%
Não tenho tempo para pesquisar e analisar o que é oferecido	8	14,29%
Os programas e projetos não oferecem benefícios para minha empresa	15	26,79%
Não há esse tipo de oferta na nossa região	6	10,71%
Outros	7	12,50%
Sem resposta	11	19,64%
	56	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Os empresários ainda citaram outros motivos pelos quais não buscam informações sobre projetos e benefícios, conforme tabela 46:

Tabela 46 – Outros motivos pelos quais não buscam informações sobre projetos e benefícios

Motivos pelos quais não buscam informações sobre projetos e benefícios	Qte.Cit.	Freq.
“Estamos desenvolvendo melhorias e não buscando uma solução externa milagrosa.”	1	25
“Não existe projeto para empresa pequena, só para empresas ricas. Pobre não tem vez.”	1	25
“No momento não necessito.”	1	25
Sem motivo aparente	1	25
	4	100

Fonte: Pesquisa de campo.

A partir deste momento na pesquisa, questionou-se sobre cada instituição de fomento ao empreendedorismo indicada e da seguinte forma: Quais das instituições, entidades, programas e projetos indicados a seguir você conhece? Informe como você utiliza ou participa de cada um deles (através de busca de informações, cursos, palestras, oficinas, assessorias, etc.).

Assim, apresentou-se cada uma das instituições e, caso o empreendedor informasse que utiliza/participa, uma nova questão aberta era apresentada com resposta não obrigatória: “Como você participa/utiliza a instituição?”

Quando questionados sobre a ACI (Associação Comercial e Industrial), 53,49% dos empreendedores informaram que conhecem a instituição, conforme tabela 47.

Tabela 47 - ACI (Associação Comercial e Industrial)

ACI (Associação Comercial e Industrial)	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	50	38,76%
Conheço	69	53,49%
Utilizo/Participo	10	7,75%
Total	129	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Dos 7,75% dos empresários que informaram que utilizam/participam da ACI, quando questionados: “Como você participa/utiliza a ACI?”, informaram que por meio da participação de cursos e palestras (77,78%) e por serem associados (55,56%), conforme tabela 48.

Tabela 48- Como participa ou utiliza a ACI

Como você participa ou utiliza a ACI?	Qte. Cit.	Freq.
“Participamos de cursos e palestras oferecidas pela ACI.”	7	77,78%
“Sou associado(a).”	5	55,56%
“USO ASSESSORIA.”	1	11,11%
“Utilizo para proporcionar um desconto para os colaboradores da empresa nas cadeiras da Faccat.”	1	11,11%
“Utilizo seu departamento de emissão de certificados de origem de produtos exportados.”	1	11,11%
“Sou membro atuante.”	1	11,11%
	9	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Sobre a Agenda Paranhana 2020, 46,51% dos empreendedores informaram que não conhecem e 45,74% responderam que conhecem (tabela 49). Dos que participam (7,75%), 33,33% fazem parte do projeto, 22,22% participam por meio dos fóruns temáticos e 22,22% são voluntários (tabela 50).

Tabela 49 - Agenda Paranhana 2020

Agenda Paranhana 2020	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	60	46,51%
Conheço	59	45,74%
Utilizo/Participo	10	7,75%
	129	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 50 - Como participa da Agenda Paranhana 2020

Como você participa/utiliza a Agenda Paranhana 2020?	Qte.Cit.	Freq.
“Faço parte do projeto.”	6	33,33%
“Participo dos fóruns temáticos.”	4	22,22%
“Voluntário.”	4	22,22%
“No apoio à implantação de programas de qualidade nas prefeituras do Paranhana.”	1	5,56%
“Participei do curso de gerenciamento de projetos -representando o projeto adote a frente da sua casa.”	1	5,56%
“Internet.”	1	5,56%
“Informamos aos ouvintes através de entrevistas e notícias, sobre as realizações da agenda Paranhana 2020 em cada um dos municípios, comprometendo assim os seus gestores; a fim de que sejam cumpridas as metas propostas na agenda.”	1	5,56%
	18	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Sobre o CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), 55,04% dos empreendedores conhecem o CDL. Apenas 3,10% não conhecem a instituição, conforme tabela 51.

Esta é a instituição que obteve o maior índice de respondentes que informaram que participam/utilizam.

Dos que utilizam ou participam do CDL, 32,93% fazem por meio de cursos e palestras; 20,73% por serem associados e 13,41% por meio da consulta ao SPC, conforme tabela 52.

Tabela 51 –CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas)

CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas)	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	4	3,10%
Conheço	71	55,04%
Utilizo/Participo	54	41,86%
	129	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 52 - Como participa do CDL

Como você participa/utiliza o CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas)?	Qte.Cit.	Freq.
Cursos e palestras	27	32,93%
Associado	17	20,73%
SPC	11	13,41%
Benefícios/serviços que o CDL oferece	5	6,10%
“Participei/participo da diretoria.”	5	6,10%
SERASA	5	6,10%
Convênio Faccat	3	3,66%
Convênio com médicos, etc...	3	3,66%
“Participo das campanhas criadas pelo CDL.”	3	3,66%
“Utilizamos salas para reuniões gerais com equipe de vendas.”	1	1,22%
Pesquisas	1	1,22%
“Estamos implantando na FCDL através de nosso software de planejamento estratégico o programa "Q Comercio" que visa implantar a gestão profissional no comercio gaúcho.”	1	1,22%
	82	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando questionados sobre a CICS-VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana), 55,04% dos empreendedores conhecem a instituição e, dos 14,73% que utilizam/participam, 30,43% fazem por meio de cursos, reuniões e palestras, conforme tabelas 53 e 54.

Tabela 53 - CICS-VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana)

CICS-VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana)	Qte. Cit.	Freq.
Não conheço	39	30,23%
Conheço	71	55,04%
Utilizo/Participo	19	14,73%
	129	100%

Fonte: pesquisa de campo.

Tabela 54 - Como participa da CICS - VP

Como você participa/utiliza a Cics - VP (Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana)?	Qte.Cit.	Freq.
Cursos, reuniões e palestras	7	30,43%
“Faço parte da diretoria.”	4	17,39%
Associado	3	13,04%
Agenda Paranhana 2020	2	8,70%
“Participo das comissões e projetos.”	1	4,35%
“Participei do curso de gerenciamento de projetos, representando o projeto Adote a frente da sua casa.”	1	4,35%
Consultas Serasa	1	4,35%
Emissão de certificado de origem	1	4,35%
Programa PGQ	1	4,35%
Balcão SEBRAE na ACI	1	4,35%
“Atuando e apoiando ações que objetivam a melhoria da região e condições de atuação das empresas.”	1	4,35%
	23	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando questionados sobre o Corede Paranhana Encosta da Serra, 53,48% dos respondentes informaram que não conhecem a instituição, conforme tabela 55.

0,78% dos empreendedores informou que utiliza/participa da instituição da seguinte forma: “Utilizamos o banco de dados disponibilizado pelo Corede para nos manter atualizados sobre os índices do Vale do Paranhana. Informamos aos ouvintes a real situação econômica e social através de entrevistas e notícias.”

Tabela 55 - Corede Paranhana Encosta da Serra

Corede Paranhana Encosta da Serra	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	69	53,48%
Conheço	59	45,74%
Utilizo/Participo	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

A FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara foi a segunda instituição mais citada pelos respondentes como “utilizo/participo”, com 39,53% das respostas, conforme tabela 56.

Apenas 0,78% dos empreendedores não conhece a instituição.

Dos empreendedores que utilizam/participam da FACCAT, 28,30% fazem por meio de cursos, palestras, oficinas, eventos abertos à comunidade e empresariado; 15,09% são acadêmicos e 13,21% participam do projeto PEIEX, conforme informações relacionadas na tabela 57.

Tabela 56 - FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara

FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	1	0,78%
Conheço	77	59,69%
Utilizo/Participo	51	39,53%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 57 – Como participa da Faccat

Como você participa/utiliza a Faccat - Faculdades Integradas de Taquara?	Qte.Cit.	Freq.
Cursos, palestras, oficinas, eventos abertos à comunidade e empresariado	15	28,30%
É acadêmico	8	15,09%
Peiex	7	13,21%
Graduado na Faccat	5	9,43%
Docente na instituição	3	5,66%
Funcionários são acadêmicos na Faccat	3	5,66%
Pós-graduado pela Faccat	2	3,77%
Pesquisas na biblioteca	1	1,89%
Curso na área de Engenharia de Produção	1	1,89%
Graduação de funcionários	1	1,89%
“Estudei na instituição e sempre que necessito busco auxílio junto aos professores da mesma.”	1	1,89%
Desenvolvimento <i>software</i> “Oktoberfest Igreja”	1	1,89%
Bancas e orientações em TCC	1	1,89%
Fornecedor	1	1,89%
“Participamos de um projeto promovido em parceria da Faccat com governo do estado no ano 2001, o que proporcionou a implantação do nosso laboratório óptico.”	1	1,89%
“Estou em programa de extensão de produtividade e inovação.”	1	1,89%
“Faço parte do Conselho Deliberativo da Fundação.”	1	1,89%
	53	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

73,64% dos empreendedores conhecem o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), conforme indicado pelos empreendedores e apresentado na tabela 58.

Quanto às atividades utilizadas, 40,43% participam da instituição por meio de cursos e palestras; 17,02% por meio de assessorias e 12,77% através de capacitações pela *internet*, conforme informações fornecidas pelos empreendedores e listadas na tabela 59.

Tabela 58 – SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)	Qte.Ci.t	Freq.
Não conheço	3	2,33%
Conheço	95	73,64%
Utilizo/Participo	30	23,26%
Sem resposta	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 59 - Como participa do SEBRAE

Como você participa/utiliza o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)?	Qte.Cit.	Freq.
Através de cursos e palestras	19	40,43%
Assessoria	8	17,02%
Capacitações por internet	6	12,77%
Por meio do ALI (agentes locais de inovação)	3	6,38%
Empretec	2	4,26%
Nepi	1	2,13%
Programa negócio a negócio.	1	2,13%
Q-comércio	1	2,13%
Projeto de desenvolvimento do polo calçadista do Vale do Paranhana	1	2,13%
“Através da CDL, conheci o SEBRAE.”	1	2,13%
Vídeos, tabelas e controles financeiros	1	2,13%
Consultas sobre MEI	1	2,13%
“Com o Sebrae eu tive uma das melhores e mais produtivas experiências, onde me descobri empreendedora, empresária. Foi no Empretec, simplesmente incríveis as vivências, experiências, uma imersão nas capacidades empreendedoras de cada participante.”	1	2,13%
“Já usamos, mas hoje não estamos fazendo uso. E é importante e necessário até para renovarmos o conhecimento e participar das mudanças que cada dia são mais rápidas e exigentes no mercado.”	1	2,13%
	47	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Com relação ao SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), 80,62% dos empreendedores conhecem a instituição, conforme tabela 60, mas apenas 9,30% participam ou utilizam a instituição.

Das formas de utilização e participação, as mais citadas foram os cursos, por 72,73% dos empreendedores que utilizam, conforme tabela 61.

Tabela 60–SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)

SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	12	9,30%
Conheço	104	80,62%
Utilizo/Participo	12	9,30%
Sem resposta	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 61 - Como participa do SENAC

Como você participa/utiliza o SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)?	Qte.Cit.	Freq.
Cursos diversos	8	72,73%
“Participando de cursos e capacitações, inclusive cursos personalizados <i>in company</i> .”	1	9,09%
“Oferecendo aos funcionários a possibilidade de fazer algum curso para melhor relacionar-se com as novas tecnologias.”	1	9,09%
Aprendiz Legal	1	9,09%
	11	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Com relação ao SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), 77,52% dos empreendedores conhecem a instituição e 13,95% utilizam ou participam dela, conforme tabela 62.

Dos que utilizam/participam, 33,33% fazem por meio de capacitações e cursos oferecidos e 20% através do programa Menor Aprendiz, conforme tabela 63.

Tabela 62 - SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)

SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	10	7,75%
Conheço	100	77,52%
Utilizo/Participo	18	13,95%
Sem resposta	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 63 - Como participa do SENAI

Como você participa/utiliza o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)?	Qte.Cit.	Freq.
Através de capacitação e cursos oferecidos, tanto para funcionários como para a direção	5	33,33%
CETEMO - tecnologia da madeira	1	6,67%
Através de consultoria	2	13,33%
Curso de confecção de bolsas em couro	1	6,67%
“Fui instrutora do SENAI.”	1	6,67%
Através do programa Menor Aprendiz	3	20,00%
Cadastro para anunciar oportunidades de emprego	1	6,67%
Membro do conselho consultivo regional	1	6,67%
	15	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Com relação ao Sindicato que representa seu ramo de negócio (Sindilojas, Sindicato do Calçado, Indústria, ...), 55,04% dos empreendedores conhecem o sindicato e 24,03% participam ou utilizam o sindicato, conforme tabela 64.

Dos que utilizam ou participam, 22,86% informaram que são associados e 17,14% afirmaram que integram a diretoria do mesmo, conforme informações constantes na tabela 65.

Tabela 64 – Sindicato

Sindicato	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	26	20,15%
Conheço	71	55,04%
Utilizo/Participo	31	24,03%
Sem resposta	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 65 - Como participa do Sindicato

Como você participa/utiliza o Sindicato?	Qte.Cit.	Freq.
“Sou associado.”	8	22,86%
Dissídios, legislação, informações da categoria	4	11,43%
Integrando a Diretoria por diversas gestões	6	17,14%
É obrigatório	1	2,86%
Utilizando as capacitações oferecidas aos empreendedores e empregados, como palestras, cursos, simpósios, eventos em geral	9	25,71%
Utilizando convênios e serviços disponíveis	3	8,57%
Sindicato de Três Coroas	1	2,86%
Sindigraf, de Porto Alegre, em oficinas, palestras e cursos	1	2,86%
Sindióptica RS, em campanhas públicas e, eventualmente, cursos e palestras.	1	2,86%
“Sindetur, mas por ser em Porto Alegre, muitos dos cursos oferecidos por eles não são aproveitados por nós.”	1	2,86%
	35	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Com relação ao projeto PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora), 57,36% dos empreendedores não conhecem o projeto, mas 22,48% utilizam ou participam, conforme informações da tabela 66.

Dos empreendedores que utilizam e/ou participam, 42,86% fazem por meio de assessoria dos consultores e 35,71% através dos cursos, palestras e treinamentos, conforme tabela 67.

Tabela 66 – PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora)

PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora)	Qte.Cit.	Freq.
Não conheço	74	57,36%
Conheço	25	19,38%
Utilizo/Participo	29	22,48%
Sem resposta	1	0,78%
	129	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Tabela 67 – Como participa do PEIEX

Como você participa/utiliza o PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora)?	Qte.Cit.	Freq.
Assessoria, por meio dos diagnósticos e do auxílio dos consultores	12	42,86%
Cursos, palestras e treinamentos	10	35,71%
“Estou inscrito no projeto.”	2	7,14%
Reuniões semanais	2	7,14%
Fazendo as oficinas na Faccat e aplicando na empresa com extensionistas	1	3,57%
“Este projeto nos ajuda sempre que necessitamos, em todas as nossas dúvidas e estão sempre dispostos a nos ajudar.”	1	3,57%
	28	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Por fim, disponibilizou-se um espaço para que o empreendedor fizesse observações ou apresentasse sugestões com relação ao ambiente empreendedor do Vale do Paranhana ou sobre o questionário.

Várias opiniões foram recebidas, das quais, 22 são apresentadas na tabela 68.

Tabela 68 - Sugestões sobre o ambiente empreendedor do VP

Sugestões sobre o ambiente empreendedor do VP	Qte.Cit.	Freq.
"Nosso vale está muito limitado a Indústria Calçadista. Precisamos Inovar, pois a expansão e o crescimento dependem disso."	3	14,30
"Gostei bastante quando conheci este programa do Peiex, em parceria da FACCAT, abriu bastante nossa visão para o mercado e financeiro também. Estou gostando do programa."	2	9,53
"No ramo em que trabalho a falta de mão de obra é muito grande."	2	9,53
"Todo o empresário e seus colaboradores precisam ser 'cutucados' para participarem de eventos, programas e qualquer outra atividade afim. E isto cabe a COREDES, PEIEX etc. Pois muitas vezes estamos tão focados nas necessidades do dia a dia que tudo passa batido."	1	4,76
"Percebo muito amadorismo na gestão das pequenas empresas da região, por falta de conhecimento dos empreendedores, que desconhecem ou ignoram a necessidade de aperfeiçoamento constante, bem como a imensa disponibilidade de capacitação oferecida pelas instituições da região, citadas também nesta entrevista. Também as entidades promovem eventos com a pretensão de qualificar associados e representados em busca de resultados positivos para seus negócios e região."	1	4,76
"O que pode-se dizer é que aqui há muitos empreendedores, mas também há outros que aportaram aqui, porém não existe nem uma entidade ou órgão tanto público ou privado que balize, direcione e ou conduza estes empreendedores para o que a cidade necessita ou pode tomar como direção para o seu desenvolvimento."	1	4,76
"Há pouco incentivo para os micro e pequenos empreendedores, programas de auxílio existem, mas não levam em consideração o faturamento da empresa na hora de apresentar um orçamento, ficando inviável."	1	4,76
"Criar um Parque Tecnológico junto a Faccat similar a Valetec, Tecnosinos e Tecnopuc/RS."	1	4,76
"Nossa empresa existe há 35 anos e iniciou as atividades em Novo Hamburgo, [...] notamos que após 35 anos ainda faltam condições e apoio técnico em estrutura de comunicações."	1	4,76
"As instituições como Associações Comerciais e o SEBRAE deveriam fazer maior divulgação de eventos de capacitação para formação de microempreendedores, incentivando a formalidade."	1	4,76
"Penso que a metodologia de seleção das empresas que são contempladas pelos projetos de auxílio está no caminho correto e que pode desenvolver-se cada vez mais na direção de contemplar os perfis de administração que demonstram interesse em evoluir."	1	4,76
"Percebo que existe uma carência de cursos na área de desenvolver o empreendedor. Para uma empresa prosperar é preciso esse espírito empreendedor para inovar, acreditar no potencial de cada pessoa."	1	4,76
"Todos os projetos criados são para empresas que tem estabilidade, quem tem dificuldades não consegue nada, está fadado a morrer."	1	4,76
"Na nossa área procuramos, e muito, por toda a região, no estado e fora do estado, por cursos específicos na área de limpeza. Precisamos investir com todas as forças na qualidade do ensino, seja médio ou fundamental, só assim teremos um futuro com profissionais de qualidade."	1	4,76
"Acredito que ainda deveria haver mais incentivos, como diminuir impostos, para que mais empresas abrissem e conseguissem dar continuidade, gerando mais empregos. Também, mais cursos gratuitos para qualificar futuros empregados."	1	4,76
"Penso que as faculdades, associações poderiam trabalhar juntas para fazer a diferença para o empreendedor, seja para iniciar a sua empresa ou para dar continuidade através de crescimento e inovações. O empreendedor muitas vezes fica no impasse de tentativa/erro, e com isso investe dinheiro e tempo que poderiam ser poupados. São oferecidos cursos e informações, mas ordenar tudo isto dentro do mercado é um desafio!"	1	4,76
"O que é preciso em nossa vale no meu entender é maior bairrismo, divulgar a importância de adquirir bens de consumo em nosso município, dar valor aos nossos empreendedores e não ir correndo a capital gastar aquilo que temos em nossa cidade, permitindo que gere trabalho e o gestor possa fazer mais investimentos em município, gerando maior riqueza local."	1	4,76
	21	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Nas falas dos empreendedores, pode-se identificar a relevância das instituições de fomento ao empreendedorismo, pois elas são citadas com suas ações e responsabilidades, mas se percebe também a dependência por parte dos

empreendedores que esperam que o ambiente crie as possibilidades de crescimento e desenvolvimento.

As qualificações e ofertas do ambiente são citadas pelos empreendedores que reconhecem que não são bem aproveitadas e que, ao mesmo tempo, há necessidade de qualificação do empresário regional.

Vários fatores que foram abordados pelas representantes das instituições de fomento ao empreendedorismo nas entrevistas do capítulo 3 foram também aqui mencionados, como a necessidade de desenvolver características empreendedoras nos empresários, a qualificação e disponibilidade de mão de obra, a diversificação da economia, a valorização da identidade regional e a integração dos agentes de fomento ao empreendedorismo.

Fazendo referência a Julien (2010), os agentes regionais, empreendedores e representantes de instituições de fomento ao empreendedorismo citam os cinco grupos de atores que interferem na formação empreendedora: 1) as instituições públicas e parapúblicas de governança, educação, pesquisa e desenvolvimento e de suporte industrial; 2) a estrutura setorial que compreende os laços positivos ou negativos entre fornecedores, distribuidores, clientes, consultores, sindicatos, concorrentes...; 3) a mão de obra capacitada e participativa; 4) as organizações de cooperação; e 5) a cultura empreendedora comum aos atores socioeconômicos.

Tais agentes são citados em momentos diferentes como fatores que devem ser desenvolvidos e que são relevantes para o desenvolvimento regional, comprovando a relevância do tema para o desenvolvimento da região do Vale do Paranhana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ser humano é um ser social e, por ser social, constitui uma comunidade organizada que compartilha os mesmos propósitos, gostos, costumes e preocupações. Essa comunidade, para atingir seus objetivos individuais e coletivos, desenvolve organizações, mais ou menos complexas, que promovem resultados para satisfazer suas necessidades.

Entre as organizações desenvolvidas, estão aquelas com fins lucrativos, que geram riqueza, produtos e serviços que serão utilizados para satisfazer as necessidades da população. Acredita-se que, dentre as empresas que geram riquezas, as de pequeno porte são a possibilidade de desconcentração de renda da sociedade, o que contribui para o desenvolvimento econômico e para a melhoria da qualidade de vida de uma parcela maior da sociedade. Tais organizações representam 99% das empresas do Brasil e são responsáveis por mais de 50% dos postos de trabalho. (SEBRAE, 2011).

Essas organizações estão inseridas em um ambiente complexo e sofrem sua influência por meio das características e estruturas regionais que o formam, como: instituições públicas de regulação e apoio aos empreendedores e empresas, estrutura setorial de suporte às empresas, mão de obra disponível e utilizada, organizações de cooperação ao empreendedorismo e às empresas, cultura empresarial existente na região, disponibilidade de conhecimentos formais e informais, tempo, políticas e programas governamentais, educação e formação, entre outras. (JULIEN, 2010; GEM, 2001). Em síntese, trata-se de um sistema aberto, onde qualquer alteração em uma das partes interfere no resultado de outra.

A representatividade das micro e pequenas empresas na economia da região do Vale do Paranhana (VP) e os fatores que podem influenciar o sucesso das empresas despertaram o interesse da pesquisadora, que percebeu a necessidade de buscar informações sobre o ambiente empreendedor, onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região do VP, região de origem da pesquisadora e onde a mesma possui uma empresa.

Partiu-se para a identificação dos agentes de fomento ao empreendedorismo e percebeu-se que a região possui uma estrutura que pode auxiliar os micro e pequenos empresários.

Não analisou-se a qualidade, diversidade e profundidade de ações dos agentes de fomento ao empreendedorismo, por não ser objeto da presente pesquisa, mas a identificação da presença de uma rede de apoio ao micro e pequeno empreendedor pôde indicar o primeiro passo na busca de informações que poderão servir como base para pesquisas complementares e ações de integração.

A partir da identificação dos agentes de fomento ao empreendedorismo, as ações de apoio ao micro e pequeno empreendedor, a sobreposição ou complementação de suporte por parte dos agentes e a efetividade das atividades desenvolvidas poderão ser pesquisadas.

Complementando a identificação dos agentes de fomento ao empreendedorismo, os representantes das instituições expressaram, em suas entrevistas, as fortalezas e os pontos que devem ser desenvolvidos na região, tendo como base as suas experiências na região pesquisada.

Os itens identificados na pesquisa foram, em grande parte, comuns aos citados pelos agentes entrevistados, ou seja, a necessidade de diversificação econômica; necessidade de fortalecimento da identidade regional; instalação da incubadora empresarial; integração entre as entidades, instituições e governos municipais; educação com investimento em empreendedorismo e maior participação social através de ações que desenvolvam comportamento empreendedor e de liderança.

As investigações também comprovaram todos esses aspectos, igualmente apontados por instituições de fomento ao empreendedorismo e por empresários, empreendedores, constituindo o segundo caminho de pesquisa.

Após o contato com os representantes das instituições, os empresários foram acessados por meio eletrônico e, com base nos questionários respondidos, pôde-se traçar o perfil das empresas e dos empreendedores da região, além de analisar dados secundários de fontes de órgãos oficiais dos Governos Federal, Estadual e Municipal.

Com base nessas informações, identificou-se que Taquara é o município mais antigo da região e com o maior número de habitantes (29,46%), seguido de Parobé, com 27,77% dos habitantes da região. A região apresenta um Idese abaixo da média do Estado, onde o saneamento e domicílio e a renda contribuem para que o índice fique abaixo da média estadual.

Verificou-se que há disponibilidade de escolas de todos os níveis na região, sendo Taquara o polo educacional com a mais expressiva presença de instituições de nível superior.

Com relação às empresas, na região estudada, as micro e pequenas empresas representam 99,28% dos estabelecimentos e são responsáveis por 57,4% dos empregos formais, conforme dados da RAIS (2011), sendo distribuídas nos três principais setores da economia (comércio, indústria e serviço). Taquara possui o maior número dessas empresas (30,79%), seguido de Igrejinha (20,97%) e Parobé (20,16%), sendo o comércio o ramo mais representativo na região (40,79%), seguido da indústria (32,05%).

Quanto à mão de obra aplicada nas micro e pequenas empresas da região, 63,22% dela está empregada na indústria e 21,34% no comércio.

Constata-se que os empresários da região têm um perfil jovem, entre 31 e 50 anos (63,6%), e muitos deles estão cursando ou já concluíram o nível superior de ensino (73,6%).

Embora os empresários tenham acesso ao nível superior de ensino, um pequeno número participou de atividades de simulação empresarial antes de abrir sua empresa, fator relevante para análise, pois as simulações empresariais preparam o empreendedor para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras como visão de negócio, criatividade e inovação.

A partir da caracterização do ambiente empreendedor, diversos tópicos temáticos foram analisados nas entrevistas e questionários, sendo que a análise e interpretação de cada um deles poderão servir de base para as iniciativas das instituições de fomento ao empreendedorismo, bem como da administração pública. Para que isso ocorra, o resultado da presente pesquisa será entregue para cada uma das instituições, possibilitando a análise individual, que poderá contribuir para o planejamento das ações em prol do futuro desejado.

Relevante também é ressaltar que, na última pesquisa realizada pelo GEM (2012) sobre o empreendedorismo no Brasil, os empreendedores foram questionados quanto à busca de auxílio em órgãos de apoio com a intenção de identificar o percentual de negócios que buscam auxílio nos órgãos como Senac, Sebrae, Senai, Sindicatos, entre outros. O resultado mostra que 82% das empresas brasileiras não buscam esse tipo de apoio.

Tal pesquisa demonstra a relevância das instituições/órgãos de apoio ao empreendedor e a importância das informações coletadas na presente pesquisa, que poderá ser comparada com indicadores nacionais futuramente.

Convém registrar que, como limitações desta pesquisa, estão, entre outras, a complexidade do tema empreendedorismo e ambiente empreendedor, que precisou ser delimitado para tornar possível a pesquisa, e o tempo disponível para realização desta obra.

Dentre os tópicos temáticos analisados, deseja-se chamar a atenção para dois deles: a educação empreendedora e a integração de ações.

A educação empreendedora foi abordada direta ou indiretamente por todos os agentes de fomento ao empreendedorismo e por alguns empresários.

Com relação aos agentes, os entrevistados mencionaram a necessidade de investimento em educação que desenvolva capacidade empreendedora e, indiretamente, indicaram que falta visão e atitude empreendedora nos empresários da região.

Já os empresários abordaram a educação empreendedora em algumas citações e, também, quando destacaram que os fatores necessários para gerar inovação em sua empresa são: a capacidade dos empregados para compreender, adaptar-se e agir (53,5%) e o empreendedor/empresário (52,7%).

Os resultados obtidos indicam as ações a serem realizadas: fazer o presente para construir o futuro.

Para que os empregados tenham capacidade para compreender, adaptar-se e agir, é necessário o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, que será realizada por meio de uma educação empreendedora, que, por sua vez, também influenciará o comportamento do empreendedor, que deve ter mais iniciativa, interesse pelo seu lugar e visão de negócio.

Essa construção deverá vir da escola de base e de casa, pois a família exerce influência com relação ao comportamento empreendedor. Assim, as escolas, em conjunto com as famílias, devem trabalhar para o desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras, já que não só o empresário, mas também o representante da sociedade e a própria comunidade precisam movimentar-se na busca do bem comum, e essa vontade de procurar o melhor para todos parte de atitudes de pessoas com perfil empreendedor.

Para Bourdieu (2005), o sujeito das ações econômicas não é um ator isolado, mas de um coletivo, de uma família, grupo ou empresa com passado e com base em disposições ou rotinas que integram um sistema estratégico de reproduções, ou seja, dependentes de uma história.

E a formação desse sujeito das ações econômicas passa, também, por todas as instituições de fomento ao empreendedorismo analisadas, que continuarão contribuindo para o desenvolvimento do ambiente, mas talvez articulando a integração de ações. O fator citado por todos os agentes entrevistados, a integração de ações, deverá ser liderado por uma instituição e ter a participação de todos, conforme observa o entrevistado E: “Todas as instituições que estão hoje aqui trabalham em prol do ambiente empreendedor, das empresas, do empresário e do desenvolvimento. O grande problema é a integração e a convergência.”

As iniciativas públicas geram resultados mais lentos, mas essa alteração também passa pela educação e pela cultura empreendedora.

Além dos tópicos temáticos abordados, novas pesquisas podem ser realizadas para melhor compreensão do ambiente empreendedor e maior possibilidade de integração dos atores envolvidos. Entre as sugestões está a identificação da taxa de empreendedorismo regional, ou seja, a quantidade de novas empresas que são abertas a cada ano e a sobrevivência empresarial. Tais taxas poderão ser relacionadas com a renda per capita regional ou outro indicador de desenvolvimento regional para verificar a relevância do empreendedorismo.

Outra proposta de estudo refere-se às ações municipais sobre o empreendedorismo, estudo não realizado em função das trocas de gestão municipal entre os anos de 2011 e 2012, período de realização desta pesquisa.

Constata-se que a região apresenta uma boa estrutura para atender às micro e pequenas empresas, entretanto as instituições de fomento ao empreendedorismo se concentram nas mesmas formas de atuação, sobrepondo-se muitas vezes.

As empresas de pequeno porte buscam informações e preparação em instituições fora da região do VP, essa pode ser uma indicação de que a região tem estruturas menores e deveria avaliar a possibilidade de se desenvolver junto com suas empresas. Os empresários, por sua vez, demonstram algumas fragilidades e indicam pontos que podem ser trabalhados por diversas instituições.

O empreendedorismo e o desenvolvimento da micro e pequena empresa é pauta constante nos governos estaduais e federais. O empresário precisa acompanhar essas possibilidades e buscar o seu desenvolvimento.

Naturalmente, questões aqui levantadas também não foram esgotadas e poderão ser exploradas, mas se pode concluir que um trabalho orientado e harmonizado deverá gerar ganho para todos, sempre buscando o desenvolvimento regional.

REFERÊNCIAS

- ADMINISTRADORES. *O portal da Administração*. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/diferenca-entre-o-lider-emprededor-e-o-administrador/28225/>>. Acesso em: 24 set. 2011.
- ALDRICH, H. E.; ZIMMER, C. Entrepreneurship through social networks. In: D. Sexton, & R. W. Smilor (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger Publishing, p. 2-23, 1986.
- ANDRADE, Renato Fonseca de; VIEIRA, Emerson Moraes; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. Estratégias para implementação de Programas de Educação Empreendedora (PEE) em Instituições de Ensino Superior (IES), com base na análise de traços da cultura organizacional. In: LOPES, Rose Mary. Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Portugal/Lisboa: Edições 70, 1997.
- BECKER, Dinizar. As diferentes experiências de planejamento e gestão: os principais elementos históricos determinantes, desafiantes e mediantes das diferentes dinâmicas organizacionais de regionalização do desenvolvimento contemporâneo. In: AGOSTINI, Cíntia; BANDEIRA, Pedro Silveira; DALLABRIDA, Valdir Roque. (Orgs). *Desenvolvimento contemporâneo e seus (des)caminhos: a contribuição da obra de Dinizar Becker*. Lajeado: UNIVATES, 2009, p. 375-401.
- BENKO, Georges. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- _____. *A Ciência Regional*. Oeiras: Celta Editora, 1999.
- BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. *Plano de negócios para empreendimentos inovadores*. São Paulo: Atlas, 2008.
- BOISIER, Sérgio. *Em busca do esquivo desenvolvimento regional: entre a caixa-preta e o projeto político*. 1996. Disponível em: <http://www.cni.unc.br/unc2009/mestrado/mestrado_materiais/boisier,_s_em_busca_do_esquivo.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2010.
- BOURDIEU, Pierre. O campo econômico. In: *Política & Sociedade*. Santa Catarina: UFSC, v. 4, n. 6, p. 15-57 abr. 2005.
- BRASIL. *Mapa das micro e pequenas empresas*. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/empreendedorismo-hoje/o-mapa-das-micro-e-pequenas-empresas>>. Acesso em: 08 dez. 2012.
- CARMO, Vadson Bastos do; VANNALE, Rosângela Maria. Identificação de setores produtivos relevantes como contribuição ao empreendedorismo e desenvolvimento regional. *Revista Gestão Industrial*, ano 2, n. 2, p. 175-180 jun. 2006.

- CNE. Conselho Nacional de Educação. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com>> Acesso em jan. 2012.
- COREDE. *Plano Estratégico de desenvolvimento regional 2011-2020*. Taquara: COREDEPES, 2010.
- COZZI, Afonso (Org.). *Empreendedorismo de base tecnológica*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DAER. *Distância de Porto Alegre aos municípios do RS*. Disponível em: <<http://www.daer.rs.gov.br>>. Acesso em: nov. 2011.
- DALLABRIDA, Valdir. R. *O desenvolvimento regional: a necessidade de novos paradigmas*. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2000.
- _____. Regionalização. In: SIEDENBERG, Dieter R. (coord). *Dicionário do desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, p. 141-143.
- _____. Território. In SIEDENBERG, Dieter R. (coord). *Dicionário do desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, p. 161-163.
- DEGEN, Ronald Jean. *Curso de empreendedorismo: para promover o desenvolvimento sustentável e a redução de pobreza*. GlobAdvantage, paper 32/2009. Disponível em: <http://www.globadvantage.ipleiria.pt/wp-content/uploads/2009/06/working_paper-32_globadvantage.pdf> Acesso em: mai. 2012.
- DEMO, Pedro. *Metodologia científica em ciências sociais*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DE MORI, Flávio (Org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 2004.
- DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- _____. *Ensino do empreendedorismo na Educação básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável: a metodologia pedagógica empreendedora*. Disponível em: <<http://www.icesi.edu.co/ciela/anteriores/Papers/edem/7.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2011.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- EDUCAÇÃO. *Secretaria da Educação do RS*. Disponível em: <<http://www.educacao.rs.gov.br/pse/html/educa.jsp>> . Acesso em: nov. 2012.
- ENGELMANN, Fabiano. (Org). *Estudos em desenvolvimento regional: o Vale do Sinos em perspectiva*. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2003.

ETGES, Virginia Elisabeta. A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, Olgário; SILVEIRA, Rogério. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

FACCAT. *Faculdades Integradas de Taquara*. Disponível em <<http://www2.faccat.br/portal/>>. Acesso em: out. 2012.

_____. *Catálogo institucional*. Disponível em <http://www2.faccat.br/download/pdf/catalogo/catalogo_2011.pdf>. Acesso em: jan. 2013.

FEE. Fundação de Economia e Estatística. Municípios. Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/resumo/pg_municipios.php> Acesso em: dez. 2012.

_____. Índice de desenvolvimento socioeconômico (Idese) Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/pt/content/estatisticas/pg_idese_tabelas_destaque.php> Acesso em: 24 ago. 2012.

_____. *PIB do Rio Grande do Sul*. Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/estatisticas/pg_pib.php>. Acesso em: nov. 2012.

_____. *População total dos municípios do Rio Grande do Sul – 2008*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *População total dos municípios do Rio Grande do Sul – 2009*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *População total dos municípios do Rio Grande do Sul – 2010*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *PIB total e per capita dos municípios do Rio Grande do Sul – 2006*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *PIB total e per capita dos municípios do Rio Grande do Sul – 2007*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *PIB total e per capita dos municípios do Rio Grande do Sul – 2008*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em: nov. 2011.

FERNANDES, Daniel von der Heyde; SLONGO, Luiz Antônio. O empreendedorismo como vantagem competitiva: um estudo sobre o papel do empreendedorismo nas organizações. *Redes*, Santa Cruz do Sul: EDUNISC, v.11, n.3, p.89-117, set./dez. 2006.

FERNÁNDEZ, Víctor Ramiro. Densidad Institucional, Innovación Colectiva y Desarrollo de lascadenas de valor local: untriángulo estratégico enlaevolución de los enfoques regionalistas durante los '90s. *Revista Redes*. Santa Cruz do Sul: v.9, nº1, jan./abr. 2004.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *RAUSP. Revista de Administração da Universidade de São Paulo*. SP, abr./jun. 1999.

FLORES, Murilo. *A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte*. 2006. Disponível em: <www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3702>. Acesso em: 15 mai. 2011.

GEM. *Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil. IBQP, 2001. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/empreendedorismo/home/>>. Acesso em: jun. 2011.

_____. *Empreendedorismo no Brasil*. IBQP, 2008. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/empreendedorismo/home/?pag=login>>. Acesso em: jun. 2011.

_____. *Empreendedorismo no Brasil*. IBQP, 2009. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/empreendedorismo/home/>>. Acesso em: jun. 2011.

_____. *Empreendedorismo no Brasil*. IBQP, 2010. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/empreendedorismo/home/>. Acesso em: jun. 2011.

_____. *Empreendedorismo no Brasil*. IBQP, 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo>>. Acesso em: jan. 2013.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Almira Ferraz. *O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local*. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/56951174/EMPREENDEDORISMO>>. Acesso em: jul. 2011.

HOFF, Cecília Rufkoski. Exportações do Rio Grande do Sul em 2010: razões para o baixo dinamismo frente à média nacional. Porto Alegre: Indicadores Econômicos FEE, v. 39, n. 2, p. 41-48, 2011. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewArticle/2613>> Acesso em dez. 2012.

IBGE. *IBGE Cidades@*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: set. 2011.

_____. *Censo 2010*. Resultados Preliminares. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *Demografia das empresas 2010*. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Demografia_das_Empresas/2010/tabela01.pdf> Acesso em: 08 dez. 2012.

_____. *Séries Estatísticas & Séries Históricas*. Disponível em: <<http://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=6&op=1&vcodigo=CD91&t=populacao-situacao-domicilio-populacao-presente-residente>>. Acesso em: jan. 2013.

JULIEN, Pierre-André. *Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento*. São Paulo: Saraiva, 2010.

KALECKI, Michal. *Crescimento e ciclo das economias capitalistas*. São Paulo: Hucitec, 1980.

LENCIONI, Sandra. Região e Geografia – a noção de região no pensamento geográfico. In: CARLOS, Ana Fani. *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 2001.

LEITE, Emanuel. *Empreendedorismo, inovação, incubação de empresa e a lei de inovação*. Disponível em: <<http://emanueleite.blogspot.com.br/2010/09/empreendedorismo-inovacao-incubacao-de.html>>. Acesso em: out. 2012.

MALLMANN, Lígia Margarete. *Gestão empresarial: o papel das micro e pequenas empresas no desenvolvimento do Vale do Rio Taquari/RS*. Santa Cruz do Sul, 2008. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - Mestrado e Doutorado) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2008.

McCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELLO, Sérgio Carvalho Benício de; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza. Compreendendo a orientação empreendedora de empresas de alta tecnologia. In: SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino (Orgs.). *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas, 2005, p.165-178.

MÉNDEZ, Ricardo. *Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes*. Eure. Santiago: vol. 28, nº 84, 2002. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/196/19608404.pdf>>. Acesso em: mai. 2011.

MENGDEN, Paulo Roberto de Aguiar von (Org.). *Plano estratégico de desenvolvimento regional 2011-2020*. Taquara: COREDEPES, 2010.

MINAYO, Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa social teoria, método e criatividade*. 29. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MORAIS, Roberto Tadeu Ramos; ETGES, Virginia Elisabeta. Planejamento estratégico municipal para a sustentabilidade da região do Corede Paranhana-Encosta da Serra. *Race*, Unoesc, v. 8, n. 1, p. 135-154, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race/article/viewFile/359/106>> Acesso em: 18 set. 2011.

MTE. *Ministério do Trabalho e Emprego*. Disponível em:

<<http://portal.mte.gov.br/geral/estatisticas.htm>>. Acesso em: nov. 2012.

OLIVEIRA, Janaina Mendes. *A construção de um ambiente empreendedor dentro das universidades*. Disponível em: <http://www.redetec.org.br/publique/media/Oral_Janaina%20Mendes%20de%20Oliveira.pdf> Acesso em: set. 2011.

PARANHANA. *ParanhanaOnLine*. Disponível em:

<<http://www.paranhana.com.br/turismo/>> Acesso em: dez. 2012

_____. *Portal da Agenda Paranhana 2020*. Disponível em:

<<http://www.paranhana.org.br/agenda.php>> Acesso em: dez. 2012.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma Geografia do Poder*. França/São Paulo: Ática, 1993.

RAIS. Bases estatísticas RAIS e CAGED. Disponível em:

<<http://bi.mte.gov.br/scripts10/dardoweb.cgi>> Acesso em: jul. 2012.

RAMBO, Anelise; RÜCKERT, Aldomar. *O Sistema Territorial de Claude Raffestin: para pensar o Desenvolvimento Territorial*. Disponível em:

<www.agbpa.com.br/CD/artigos/Comunicacao/.../RAFFESTIN.pdf>. Acesso em: abr. 2011.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria de Educação. *Lista de Escolas Técnicas*.

Disponível em: <<http://www.educacao.rs.gov.br/pse>>. Acesso em: nov. 2011.

ROSSI, Anderson. *Fatores que definem um país inovador. 2011*. Disponível em:

<http://www.fdc.org.br/pt/blog_inovacao/default.aspx?Paged=TRUE&p_PublishedDate=20111101%2016%3a36%3a00&p_ID=18&View=%7b0F95A0D6%2dD065%2d4292%2d8E0D%2d2426A0892ADF%7d&PageFirstRow=11> Acesso em: ago. 2012.

SALIM, Cesar S. et. al. *Administração empreendedora: teoria e prática usando estudos de casos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. *O papel ativo da Geografia – um manifesto. 2000*. Disponível em:

<www.revistaterritorio.com.br/pdf/09_7_santos.pdf>. Acesso em: jun. 2011.

SANTOS, Adécio Machado dos; ACOSTA, Alexandre. *Empreendedorismo: teoria e prática*. Caçador (SC): UNIARP, 2011.

SARKAR, Soumodip. *O empreendedor inovador*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

SEBRAE. *Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005*. Brasília: Sebrae, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: ago. 2011.

_____. *Guia prático do prefeito empreendedor*. Brasília: Sebrae, 2008. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4F7F4B6439DB692D832575A8005810F9/\\$File/Guia%20do%20Prefeito%20Empreendedor.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4F7F4B6439DB692D832575A8005810F9/$File/Guia%20do%20Prefeito%20Empreendedor.pdf)>. Acesso em: jul. 2012.

_____. *Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil*. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf)>. Acesso em: nov. 2011.

_____. *Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/couro-e-calcados/sobre-couro-e-calcados/gestao-empresarial/resultado_busca_biblioteca>. Acesso em: set. 2011.

SENAI. *Demandas do mercado de trabalho da 33ª Área de Jurisdição – Igrejinha*. Porto Alegre: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, 2011.

SICSÚ, Abraham B.; BOLAÑO, César R. S. Ciência, tecnologia e desenvolvimento regional. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 3, n. 1 (3), jan./abr., 2007, p.23-50.

SILVA, Alexandre Bandeira Monteiro e. Gestão do desenvolvimento: contextualização econômica, geração do conhecimento e óticas do desenvolvimento do ambiente regional. In: PENNA, Rejane; TOALDO, Ana Maria Machado; SABEDOT, Sydney. *Conhecimento, sustentabilidade e desenvolvimento regional*. Canoas: Unilasalle, 2006, p. 123 a 142.

SINDILOJAS. *Sindicato do Comércio do Vale do Paranhana*. Disponível em: <<http://www.sindilojasvp.com.br/>>. Acesso em: jan. 2013.

VASCONCELLOS, Liliana; GUEDES, Luis Fernando Ascensão. *E-Surveys: Vantagens e Limitações dos Questionários Eletrônicos via Internet no Contexto da Pesquisa Científica*. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/420.pdf>>. Acesso em: dez. 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2003.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e método*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE 1

ENTREVISTA COM OS AGENTES DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO

PESQUISA SOBRE O AMBIENTE EMPREENDEDOR DA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA

Senhor Diretor/Presidente:

Estou realizando uma pesquisa para a conclusão do Mestrado em Desenvolvimento Regional que tem como objetivo entender o ambiente onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região do Vale do Paranhana.

Podem-se citar como componentes do ambiente empreendedor, entre outros, as instituições públicas de regulação e apoio aos empreendedores e empresas, a estrutura setorial que dá suporte às demais empresas, a mão de obra disponível e utilizada, as organizações de cooperação ao empreendedorismo e às empresas e a cultura empresarial existente na região.

A sua colaboração é muito importante para que possamos entender este ambiente e verificar as possíveis melhorias que podem ser propostas aos órgãos competentes. No caso de qualquer dúvida, poderá entrar em contato com a pesquisadora –CARINE RAQUEL BACKES DÖRR através do e-mail cbackes@faccat.br ou com a UNISC – Universidade de Santa Cruz do Sul.

1. Instituição que representa:
2. Região de abrangência:
3. Quando a instituição foi criada e desde quando está presente na região do Vale do Paranhana?
4. Como se dá a participação da instituição/entidade no ambiente onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região? Que atividades ou projetos ela desenvolve junto às micro e pequenas empresas?
5. Como é a receptividade dos empreendedores com relação às atividades/projetos oferecidos?
6. A entidade mantém parcerias ou trabalha em cooperação com outras instituições? Se sim, quais e de que forma?
7. Como você avalia o ambiente empreendedor da região do Vale do Paranhana? (explicar) Quais as principais dificuldades? Forças ou vantagens?
8. O que você poderia oferecer neste ambiente empreendedor e que atualmente ainda não é oferecido?

9. Por qual(is) motivo(s) ele(s) não é (são) ofertado(s)/trabalhado(s)?
10. Quais as outras instituições que atuam na região em prol do ambiente empreendedor?
11. Que outras instituições julga importantes para o desenvolvimento do ambiente empreendedor na região do Vale do Paranhana?
12. Deseja fazer alguma observação, pergunta ou dar sugestões?

APÊNDICE 2

PESQUISA SOBRE O AMBIENTE EMPREENDEDOR DA REGIÃO DO VALE DO PARANHANA

Senhor proprietário de empresa:

Estou realizando uma pesquisa para a conclusão do Mestrado em Desenvolvimento Regional que tem como objetivo entender o ambiente onde estão inseridas as micro e pequenas empresas da região do Vale do Paranhana. A sua colaboração é muito importante para que possamos entender este ambiente e verificar as possíveis melhorias que podem ser propostas aos órgãos competentes.

Sua identidade será mantida em sigilo, se assim desejar, e, se houver qualquer dúvida, poderá entrar em contato com a pesquisadora –CARINE RAQUEL BACKES DÖRR através do e-mail cbackes@faccat.br ou com a UNISC – Universidade de Santa Cruz do Sul.

1. Em que município está localizada sua empresa?

1. Igrejinha 2. Parobé	3. Riozinho 4. Rolante	5. Taquara 6. Três Coroas 7. Outros
---------------------------	---------------------------	---

2. Você é o proprietário da empresa?

Sim	Não
-----	-----

3. Qual a data de fundação da empresa? _____

4. Qual o ramo da empresa?

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. Indústria. De quê? _____ | 3. Serviço. De quê? _____ |
| 2. Comércio. De quê? _____ | 4. Agricultura. De quê? _____ |
| | 5. Construção Civil. _____ |

5. Quantos empregados registrados a sua empresa possui?

0 empregado de 1 a 4 empregados	de 5 a 9 empregados de 10 a 19 empregados	de 20 a 49 empregados de 50 a 99 empregados mais de 99 empregados
------------------------------------	--	---

6. Qual seu grau de instrução?

- | | |
|---|------------------------|
| 1. Nunca fui à escola / primário incompleto | 4. Superior incompleto |
| 2. 1º grau completo / 2º grau incompleto | 5. Superior completo |
| 3. 2º grau completo | 6. Pós-graduação |

7. Qual a sua idade?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. Menos de 20 anos | 4. Entre 41 e 50 anos |
| 2. Entre 20 e 30 anos | 5. Entre 51 e 60 anos |
| 3. Entre 31 e 40 anos | 6. Acima de 60 anos |

8. Participou de alguma atividade de simulação de criação de novos negócios antes de abrir sua empresa? Se sim, quando e qual?

9. Antes de fundar a empresa, onde você obteve informações sobre o mercado e sobre as exigências legais do negócio? Indique as três principais fontes de informação.

No sindicato	Em instituições que auxiliam o empreendedor	Na prefeitura
Com consultores de empresa	Com pesquisas	Eu já tinha informações, pois já era funcionário em outra empresa do ramo
Em escolas/faculdades	Com amigos	Não busquei informações
Em escritório de contabilidade	Com outros empresários	Outros. Quais? _____.

10. Sua empresa se mantém atualizada por meio de:(no máximo 3 alternativas)

Cursos realizados em instituições fora da região do Vale do Paranhana. Qual instituição? _____	Sindicatos. Quais? _____
Cursos em instituições da região do Vale do Paranhana. Qual instituição? _____	Cursos pela internet. Quais? _____
Cursos realizados dentro da empresa	Pesquisas desenvolvidas pela empresa. Quais? _____
Funcionários que estudam em cursos universitários/técnicos e aplicam o conhecimento adquirido. Onde estudam? _____	Feiras/exposições/simpósios/eventos. Quais? _____
Consultores	Não há necessidade de atualização, pois somos capacitados ou nossa empresa é nova.
Cursos oferecidos por fornecedores. Quais? _____	Outros. Quais? _____

11. Que tipo de aperfeiçoamento sua empresa implantou nos últimos 12 meses? Indique os três principais.

Implantou novos processos	Trabalhou com produtos/serviços que já existiam no mercado, mas foram novos para a empresa
Reformou instalações	Participou de cursos
Criou novos produtos/serviços para o mercado ou para o mundo	Informatizou processos
Adquiriu máquinas e equipamentos	Vendeu para um novo mercado
Registrou uma marca ou produto	Nenhuma resposta
Mudou o layout	Não sabe
Qualificou pessoal	Outros: _____

12. Por qual motivo a empresa buscou tais aperfeiçoamentos? Indique os três principais motivos.

Não busquei aperfeiçoamento/Não sei	Por exigência do governo
Para reduzir custos	Para substituir produtos/serviços que seriam descontinuados
Para melhorar a qualidade do produto/serviço ou atendimento	Para aumentar a linha de produtos/serviços
Para melhorar as condições de trabalho	Para aumentar participação de mercado
Para manter participação de mercado	Para abrir novos mercados
Para reduzir os danos ao meio ambiente	Outros:
Para aumentar a flexibilidade da produção	

(Câmara da indústria, Comércio, Serviços e Agropecuária do Vale do Paranhana)?	
Corede Paranhana Encosta da Serra	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o Corede Paranhana-Encosta da Serra?	
Faculdades Integradas de Taquara	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza a FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara?	
SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)?	
SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial).	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)?	
SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)?	
Sindicato que representa seu ramo de negócio (Sindilojas, Sindicato do Calçado, Indústria, ...)	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o Sindicato?	
PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora)	() Não conheço () Conheço () Utilizo/Participo
Como você participa/utiliza o PEIEX (Projeto de Extensão Industrial Exportadora)?	

39. Deseja fazer alguma observação ou dar sugestões com relação ao ambiente empreendedor do Vale do Paranhana ou sobre as questões anteriores?