



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PEDRO II
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

LUCAS DE OLIVEIRA RODRIGUES

**EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS CIDADES: UM ESTUDO SOBRE A
REALIDADE DE MICROEMPRESAS NA CIDADE DE PEDRO II-PI**

PEDRO II

2024

LUCAS DE OLIVEIRA RODRIGUES

EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS CIDADES: UM ESTUDO SOBRE A
REALIDADE DE MICROEMPRESAS NA CIDADE DE PEDRO II-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção do
diploma do Curso de Especialização em
Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Pedro
II.

Orientador: Prof. Dr. Gésio de Lima Veras

PEDRO II

2024

EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS CIDADES: UM ESTUDO SOBRE A REALIDADE DE MICROEMPRESAS NA CIDADE DE PEDRO II-PI

Lucas de Oliveira Rodrigues¹
Prof. Dr. Gésio de Lima Veras²

RESUMO

O empreendedorismo é conhecido por promover desenvolvimento econômico, criações de empregos e inovação a fim de impulsionar o desenvolvimento local e regional. Nesse sentido a pesquisa abordou a atuação da ação empreendedora em regiões mais pacatas, como cidades pequenas. O município selecionado para o estudo foi o de Pedro II, com uma população de 37.894 habitantes, situado ao norte do Piauí. O objetivo geral do estudo foi o de analisar o cenário da atividade empreendedora de microempresas na percepção da opinião pública de habitantes de Pedro II. A base teórica do estudo contou com tópicos a respeito do empreendedorismo, microempresas e sua relação com a ação empreendedora. A metodologia adotada é de natureza quali-quantitativa através de um estudo de campo, com a utilização de questionários estruturados. Os locais escolhidos foram as microempresas locais e o público alvo definido foram uma amostra dos habitantes de Pedro II. A pesquisa ocorreu de forma anônima, nos moldes de uma opinião pública. Os resultados alcançados foram satisfatórios, pois a pesquisa conseguiu identificar que o grau de crescimento das microempresas é regular, mas por outro lado, foram detectados alguns obstáculos como cenário econômico atual e alta carga tributária, notaram-se também pontos positivos sobre as microempresas como bom relacionamento com os clientes e produto/serviços de qualidade. Portanto o empreendedorismo é imprescindível para qualquer cidade e não seria diferente em Pedro II. Então se conclui que o empreendedorismo local vem se comportando de forma positiva e que o cenário local atual é otimista.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Microempresas; Cidades pequenas.

ABSTRACT

Entrepreneurship is known for promoting economic development, job creation and innovation in order to boost local and regional development. In this sense, the research addressed the performance of entrepreneurial action in quieter regions, such as small cities. The municipality selected for the study was Pedro II, with a population of 37,894 inhabitants, located north of Piauí. The general objective of the study was to analyze the scenario of entrepreneurial activity of micro-enterprises in the perception of public opinion among the inhabitants of Pedro II. The theoretical basis of the study included topics regarding entrepreneurship, micro-enterprises and their relationship with entrepreneurial action. The methodology adopted is qualitative and quantitative in nature through a field study, using structured questionnaires. The locations chosen were local micro-enterprises and the target audience was a sample of the inhabitants of Pedro II. The research took place anonymously, in the form of a public opinion. The results achieved were satisfactory, as the research

¹ Bacharel em Administração. Instituto Federal do Piauí. lucas95fla@gmail.com.

² Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe e Mestre em Direito Constitucional pela Universidade de Fortaleza. Professor Efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). gesio.veras@ifpi.edu.br.

managed to identify that the degree of growth of micro-enterprises is regular, but on the other hand, some obstacles were detected such as the current economic scenario and high tax burden, positive points were also noted about micro-enterprises such as good relationship with customers and quality product/services. Therefore, entrepreneurship is essential for any city and it would be no different in Pedro II. Therefore, it can be concluded that local entrepreneurship has been behaving positively and that the current local scenario is optimistic.

Keywords: Entrepreneurship; Micro-enterprises; Small towns.

Data de aprovação: 29/07/2024

1. INTRODUÇÃO

No século XX em suas últimas décadas, foi presenciado o surgimento da pesquisa sistemática de empreendedorismo e também a sua introdução entre os importantes temas das ciências sociais, com contribuições provenientes de várias áreas de conhecimentos (Lohrke e Landström, 2012). Para Dornelas (2016) o empreendedorismo é uma importante técnica para que algo novo possa ser criado, considerando também sua aplicação, esforços, valores, riscos e resultados. Ele se manifesta quando pessoas criam oportunidades, idealizam, estruturam e realizam seus negócios. O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais (Schumpeter, 1983).

Durante muito tempo regiões menos desenvolvidas apresentavam certa carência da ação empreendedora, devido ao maior fluxo de desenvolvimento e modernização se concentrarem nas grandes cidades. Na atualidade, existe um otimismo desses pequenos centros se desenvolverem por meio do crescimento de novas empresas, promovendo assim uma visibilidade maior e tornando-os mais atrativos. Possibilitando assim melhores condições de produtos e serviços, que atendam às necessidades dos habitantes (Sanches, 2018).

A presente pesquisa aborda o empreendedorismo no município de Pedro II, que está localizado ao norte do estado do Piauí, precisamente a 208 km da capital Teresina (Prefeitura de Pedro II, 2014). Conforme aponta o IBGE (2024) o município de Pedro II possui uma população estimada de 37.894 habitantes segundo o censo de 2022. Conhecida como “Terra da Opala,” por possuir na sua região uma pedra preciosa chamada Opala, encontrada só na região do município e na Austrália. Também é chamada de “Suíça piauiense” principalmente pelo clima frio devido a sua localização em uma região serrana (Secretaria de Turismo do Piauí, 2020). A base da sua economia é extraída da agricultura, artesanato, comercialização da pedra Opala, empresas de pequeno porte, microempresas, microempreendedores individuais entre outras formas de comércio local (SEBRAE, 2021).

De acordo com o SEBRAE (2024) o município de Pedro II, apresenta os seguintes tipos de empresas com registro até 2024: Micro Empresário Individual (MEI) que correspondem a 48.1% (893 estabelecimentos), Microempresa (ME) que correspondem a 35.6% (662 estabelecimentos), Empresa de Pequeno Porte (EPP) que correspondem a 2.96% (55 estabelecimentos) e Outros que correspondem a 13.3% (247 estabelecimentos). Partindo disso, a pesquisa centralizou a área de estudo nas microempresas presentes no município.

O público-alvo definido para participar desse estudo são habitantes que possuem algum tipo de empreendimento de produtos/serviços que seja situado em Pedro II, pois são eles que vivenciam diretamente a atuação do empreendedorismo local. Além disso, essa

pesquisa é uma oportunidade de aproximar a academia científica ao setor empresarial. Diante disso surge a seguinte problemática de pesquisa: Qual o cenário da atividade empreendedora de microempresas na percepção da opinião pública de habitantes de Pedro II?

O presente estudo tem como seu objetivo geral analisar o cenário da atividade empreendedora de microempresas na percepção da opinião pública de habitantes de Pedro II. Esse estudo também apresenta os seguintes objetivos específicos (I) identificar o grau de expectativa de crescimento das microempresas locais na opinião pública de habitantes; (II) detectar na visão da opinião pública de habitantes quais os principais obstáculos enfrentados pelas microempresas locais; (III) investigar os pontos fortes que as microempresas locais apresentam na perspectiva da opinião pública dos habitantes. Partindo dessa premissa o trabalho apresenta a seguinte hipótese: O empreendedorismo vem se comportando de forma positiva na opinião pública de habitantes de Pedro II.

O trabalho em questão justifica-se devido à relevância de conhecer e discutir sobre o empreendedorismo em cidades consideradas de porte pequeno, nas quais esses tipos de cidades são a maioria no Brasil. Diante disso o empreendedorismo se torna peça-chave e essencial para promover a geração de emprego e renda nesses municípios, que por muitas vezes se caracterizam pela carência de oportunidades de trabalho para seus habitantes locais e dificuldades em adquirir recursos econômicos.

O empreendedorismo tem uma força muito grande em cidades menores, pois ele é capaz de impulsionar a economia local, através dos novos negócios que abrangem produtos e serviços que possam atender as necessidades locais, consequentemente possibilita abrir novas oportunidades de empregos. As microempresas tem uma importância relevante, pois elas são as alternativas para o fortalecimento e crescimento dos negócios locais.

Portanto o trabalho se torna viável, uma vez que se pode mostrar um retrato de como o empreendedorismo vem se comportando na cidade de Pedro II, na percepção de seus habitantes empreendedores. Além disso, os resultados dessa pesquisa podem atingir um alcance considerável de indivíduos. O estudo também pode estimular pessoas a produzirem pesquisas futuras em relação a essa temática, não só na cidade de Pedro II, como também em outras cidades de porte semelhante.

Chega-se ao fim a parte introdutória do estudo, sequente a isso a pesquisa apresenta os próximos tópicos: desenvolvimento representado pelo referencial teórico, posterior a isso os procedimentos metodológicos, em seguida as análises e resultados da pesquisa e por fim as conclusões do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A presente pesquisa tem como suporte teórico, pensamentos de estudiosos que falam a respeito dos principais temas que a pesquisa é norteadada, como empreendedorismo e seus conceitos e também sobre as microempresas e sua relação com o empreendedorismo.

2.1 EMPREENDEDORISMO

A origem da palavra empreendedor vem do termo francês *entrepreneur* que significa “aquele que está entre ou intermediário” (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014). Ao longo dos anos o empreendedorismo vem sendo um tema discutido, como pode ser observado na obra Teoria do Desenvolvimento Econômico, idealizada por Joseph Schumpeter, publicada no ano de 1911. Para Schumpeter (1988, p. 48) “o empreendedor promove a inovação, sendo essa radical, pois destrói e substitui os esquemas de produção vigentes”. A ação empreendedora veio para fortalecer e impulsionar o crescimento dos negócios.

No século XX, associaram o empreendedor como alguém inovador.

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (Schumpeter, 1952, p.72.).

Segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que possui iniciativa, ideias e atitude, em prol de si mesmo e em favor da comunidade. Ainda nesse contexto, Drucker (2008), afirma que o empreendedorismo é uma questão cultural, psicológica, econômica e tecnológica. O fenômeno empreendedorismo vem sendo reconhecido como elemento essencial para o desenvolvimento das nações e tornou-se parâmetro de meta de desenvolvimento econômico e social em vários países, sobretudo, nos países em desenvolvimento como forma de impulsionar as gerações de empregos e crescimento econômico (Silva e Gil, 2015).

O movimento empreendedor no Brasil fortaleceu-se na década de 1920, com a implantação de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas pelo poder do governo (Beni, 2006). Mas só nos anos 90 que o empreendedorismo se consolidou no território brasileiro principalmente por meio do suporte do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). A esse respeito:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. (Dornelas, 2005, p.26).

O Brasil é um país com dimensões continentais que segundo o IBGE (2023) possui uma população estimada em 203 milhões de habitantes, distribuídos nos 5.570 municípios, que apresentam diferenças nos aspectos culturais, sociais, ambientais, econômicos e na infraestrutura. Cada vez mais, os brasileiros estão voltando suas atenções às oportunidades de criação de um novo negócio. De acordo com a publicação do GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2017), houve um aumento no empreendedorismo dos jovens de 18 a 24 anos nos últimos anos, e pode ser justificado por diversos fatores, dentre eles, os avanços tecnológicos.

2.2 EMPREENDEDORISMO EM CIDADES PEQUENAS

Em sua pesquisa Moreira Jr (2013) aborda que durante muito tempo as pequenas cidades foram negligenciadas pelas pesquisas acadêmicas, no que diz respeito à quantidade de produções textuais, em razão dos estudos se concentrarem mais nas metrópoles e cidades médias devido a maior relevância dos fenômenos territoriais em função do poder econômico desses centros. Com isso se criou certa dificuldade de entender mais sobre a representação e importância das cidades de porte pequeno no âmbito acadêmico. Vale destacar que não existe um consenso teórico e metodológico sobre a definição das cidades pequenas. Segundo Fernandes (2018) no contexto brasileiro a quantidade e a diversidade de cidades pequenas dificultam esta conceituação, e também a relação desse tipo de cidade com a região rural.

O termo cidades pequenas, apesar de não fazer referência apenas ao tamanho das cidades, comumente apresenta as características demográficas como ponto de partida para sua definição de porte (Endlich, 2017). Vale ressaltar que não há uma concordância sobre o critério demográfico a ser utilizado como referência. No entanto, o recorte dos municípios com população total urbana e rural inferior a 50.000 habitantes tem sido o mais usado pelos pesquisadores brasileiros (Mikripoli, 2021).

Em um estudo de Corrêa (2011) aborda sobre as cidades pequenas:

A pequena cidade é, assim, antes de mais nada, um núcleo dotado da função de sede municipal. Reconhecemos que inúmeras vilas e povoados têm funções urbanas, mas o padrão dominante diz respeito à presença da função político-administrativa. Ser sede municipal significa certo poder de gestão de um dado território, o município, para o qual a presença de instituições e serviços públicos, além do acesso a tributos estaduais e federais tornam-se essenciais. Associada a essa função político-administrativa, seja de forma causal ou em consequência, há atividades econômicas vinculadas à produção e circulação de mercadorias e à prestação de serviços (Corrêa (2011, p.6).

Segundo Santos (2004) as cidades pequenas estão em constante crescimento, devido o surgimento de novas necessidades, principalmente pela a ação do consumo. O aparecimento de novos negócios nas cidades menores é um reflexo da carência de atender as necessidades da sociedade, onde por muitas vezes precisaram-se deslocar para as cidades vizinhas, para adquirir produtos e serviços, com isso o amadurecimento do pensamento empreendedor surge para suprir essa demanda no comércio local (Sanches, 2018).

Conforme Pontes (2012) o fortalecimento das pequenas cidades na rede urbana nacional, a partir do processo de refuncionalização, muito devido à ação do empreendedorismo, ainda segundo a autora, gera a possibilidade de transformação de pequenos núcleos, em razão do surgimento de novas atividades, introduzidas de fora ou criadas internamente na cidade, que conferem uma atividade produtiva a um centro preexistente.

2.3 A RELAÇÃO DAS MICROEMPRESAS COM O EMPREENDEDORISMO

De acordo com a Lei Complementar nº 123/2006, as microempresas (MEs) são organizações empresariais relacionadas ao tamanho/porte da empresa, que atuam como pessoas jurídicas, com CNPJ, possuindo algumas vantagens em relação às demais empresas, como ser menos burocrática, acesso facilitado ao mercado de trabalho, benefícios no setor público, investimento em inovação e outros. Para se enquadrar como ME, a empresa deve ter renda bruta anual de no máximo R\$ 360 mil por ano e ter no máximo 9 funcionários segmento comércio e serviços e 19 empregados segmento indústria (SEBRAE, 2023).

Atualmente o mundo empresarial está cada vez mais acirrado e para se manter competitivo no mercado dos negócios, as empresas estão utilizando frequentemente o empreendedorismo como estratégia para identificar oportunidades que gere algum retorno financeiro. De acordo com o SEBRAE (2019), empreendedor é aquele que inicia algo novo que ninguém nunca fez. Significa ser um autor, que produz novas ideias através da harmonia entre criatividade e imaginação.

Conforme Chiavaneto (2007), as empresas surgem para produzir algo ou para prestar serviço com o intuito de atender à sociedade. Nos dias atuais as Microempresas são de suma importância para a economia, pois são capazes de levar bens e de produzir serviços em qualquer lugar para qualquer cidadão a fim de atender necessidades individuais ou coletivas, assim fortalecendo crescimento do empreendedorismo local na região. Nesse contexto:

No caso do Brasil, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo “empreendedorismo”, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque, nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da

imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado. (Dornelas, 2017, p.2).

O SEBRAE (2023) realizou um levantamento a partir de dados da Receita Federal, onde mostra que somente no primeiro semestre de 2023, o Brasil teve um saldo positivo de 868,8 mil pequenos negócios criados no país, entre Microempresas (ME), Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempreendedores Individuais (MEI). Foram criadas quase 710 mil vagas de trabalho neste ano, o que corresponde a aproximadamente 70% do total de empregos formais, além de representarem quase 30% do Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB). Isso tudo só prova que as micro e pequenas empresas (MPEs) desempenham um papel significativo na economia brasileira, promovendo o empreendedorismo, estimulando a inovação, contribuindo para a geração de empregos e impulsionando o crescimento econômico.

O Brasil é um país com dimensão continental, constituído de pequenas e grandes cidades no qual apresenta grande potencial para o empreendedorismo. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022, realizada pelo SEBRAE e pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (ANEGEPE), a taxa de empreendedorismo de negócios estabelecidos com mais de 3,5 anos de existência, passou de 9,9% em 2021, para 10,4%, no ano passado. Essa taxa manteve o Brasil na sétima posição quanto à taxa de empreendedores estabelecidos, em relação aos outros países que participaram da pesquisa. (SEBRAE, 2023).

Partindo desse contexto de acordo com o Portal da Indústria (2019) as Micro e Pequenas Empresas representam a maior parte dos empreendimentos no Brasil. Em 2019, do total de 476.243 empresas: 71,7% são consideradas microempresas (até 9 empregados); 22,6% são pequenas empresas (de 10 a 49 empregados); 4,7% são empresas de médio porte (de 50 a 249 empregados) e, 1,1% são grandes empresas (250 ou mais empregados). As microempresas se sobressaem em relação às outras categorias de empresas no Brasil, pois possuem uma maioria significativa, com isso se tornam cada vez mais a base do crescimento do empreendedorismo tornando assim uma relação importantíssima para o fortalecimento do desenvolvimento econômico tanto do país, das cidades, e dos empreendedores.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo tem como sua tipologia de pesquisa uma abordagem descritiva, que segundo Gil (2008) a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Que dentre suas características está à utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados e informações tais como o questionário e a observação sistemática. Em relação à natureza da pesquisa, se trata de uma pesquisa quali-quantitativa essa modalidade de pesquisa interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos (Knechtel, 2014).

Para a obtenção de dados a princípio foram pesquisados estudos, dados recentes, artigos científicos que sejam alinhados com os objetivos que norteiam esse trabalho. Para a viabilidade desta pesquisa, o método de obtenção de dados considerado foi o estudo de campo, utilizando a ferramenta questionário do tipo estruturado. Como a pesquisa se trata de um estudo de campo o ambiente abordado para a obtenção de informações que possam enriquecer o estudo, foi a cidade de Pedro II, especificamente por meio de seus Microempresários.

A aplicação do questionário é de forma presencial e não contará com a identificação dos participantes, garantindo assim o anonimato. Com isso acarreta no não envio prévio da pesquisa

para o Comitê de Ética em Pesquisa para uma análise e autorização, pois segundo a Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016 do Conselho Nacional de Saúde em seu Artigo 1º - Parágrafo único/ inciso I - Descreve que não serão registradas nem avaliadas pelo sistema CEP/CONEP: Pesquisa de opinião pública com participantes não identificados.

A população de pesquisa do trabalho foi estabelecida a partir de uma pesquisa do SEBRAE (2024) onde destaca que as Microempresas (ME) de Pedro II correspondem a 35.6%, um total de 662 estabelecimentos dos tipos de empresas registradas até o ano de 2024. Que segundo Gil (2008) universo ou população é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características e podem pertencer a determinados grupos semelhantes. Já amostra é um subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população. Uma amostra pode ser constituída, por exemplo, por 100 empregados de uma população de 4.000 que trabalham em uma fábrica (Gil, 2008, apud Weber, 2017).

Ainda a respeito disso, conforme Gil (2010) afirma que, para que uma amostra represente com fidedignidade as características do universo, deve ser composta por um número suficiente de casos, que por sua vez depende dos seguintes fatores: extensão do universo, nível de confiança estabelecido, erro máximo permitido e percentagem com a qual o fenômeno se verifica. Diante disso a presente pesquisa utilizou-se da fórmula para cálculo de amostra $n = \frac{a^2 p.q.N}{e^2 (N-1) + a^2 p.q}$ que Gil (2008) apresenta em seu estudo e também pela calculadora de tamanho de amostra online, chegou aos seguintes dados: População da pesquisa de 662 pessoas; nível de confiança de 90%; margem de erro de 10 % e uma amostra considerável na quantidade mínima de 62 pessoas. Desse modo, a amostra selecionada pode ser classificada como não probabilística, sendo que a seleção da população foi feita por acessibilidade, ou seja, facilidade de acesso do pesquisador ao participante, onde os elementos pesquisados são considerados representativos da população-alvo (Vergara, 1997).

4. ANÁLISES E RESULTADOS

O estudo de campo foi realizado nos dias 18,19,20 de junho, com a aplicação de questionário nos empreendimentos situados em Pedro II. A princípio o número estimado de participantes era no mínimo de 62 pessoas, mas a pesquisa conseguiu atingir um total de 65 respondentes. A análise do estudo se inicia demonstrando um pouco do perfil dos participantes que aceitaram fazer parte da pesquisa, isso representado logo abaixo por meio do Quadro 1.

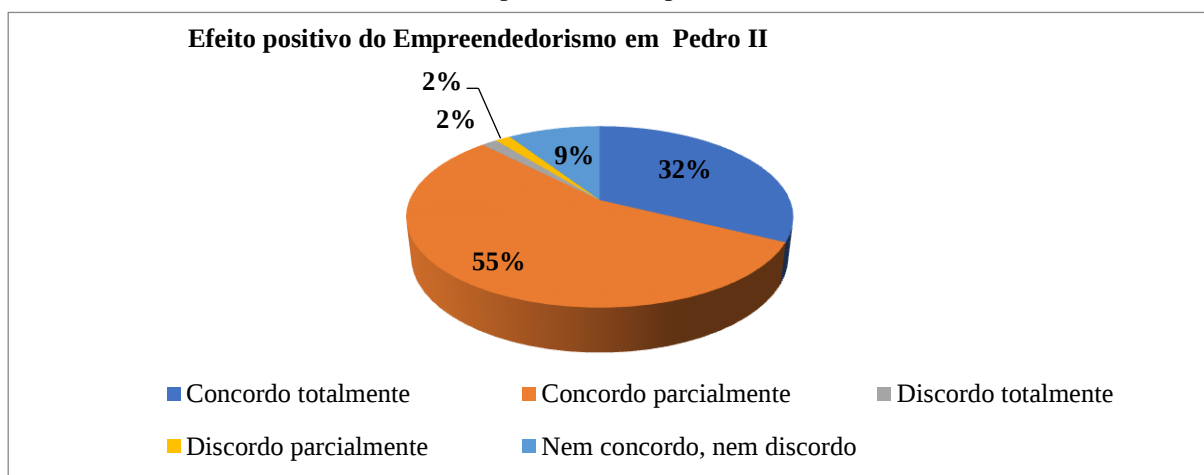
Quadro 1- Perfil dos participantes

Gênero	Quantidade de Participantes	Faixa etária de idade	Nível de formação escolar
Masculino	36	18 a 30 anos = 19 pessoas 31 a 45 anos = 15 pessoas 45 a 59 anos = 1 pessoa 60 anos ou mais = 1 pessoa	Ensino fundamental= 4 pessoas Ensino médio= 16 pessoas Ensino superior= 13 pessoas Especialização= 3 pessoas Mestrado = 0 Doutorado= 0
Feminino	29	18 a 30 anos = 17 pessoas 31 a 45 anos = 7 pessoas 45 a 59 anos = 5 pessoas 60 anos ou mais = 0	Ensino fundamental= 2 pessoas Ensino médio= 14 pessoas Ensino superior= 9 pessoas Especialização= 4 pessoas Mestrado = 0 Doutorado= 0

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O empreendedorismo é conhecido por promover desenvolvimento econômico, criações de empregos, inovação e até mesmo pela busca de soluções de problemas sociais, podendo atuar em conjunto com programas governamentais a fim de impulsionar o desenvolvimento local e regional (Salim e Silva, 2010). Partindo disso a pesquisa buscou compreender como ação empreendedora vem atuando na cidade de Pedro II e se ela vem contribuindo de forma positiva para os habitantes e para os microempresários locais. De acordo com dados obtido pelo questionário e apresentado no Gráfico 1 abaixo, cerca de 55% dos respondentes Concordam parcialmente, enquanto 32% Concordam totalmente, 9% Nem concorda , nem discorda , 2% Discorda parcialmente, 2% Discorda totalmente.

Gráfico 1- Contribuição positiva do empreendedorismo em Pedro II

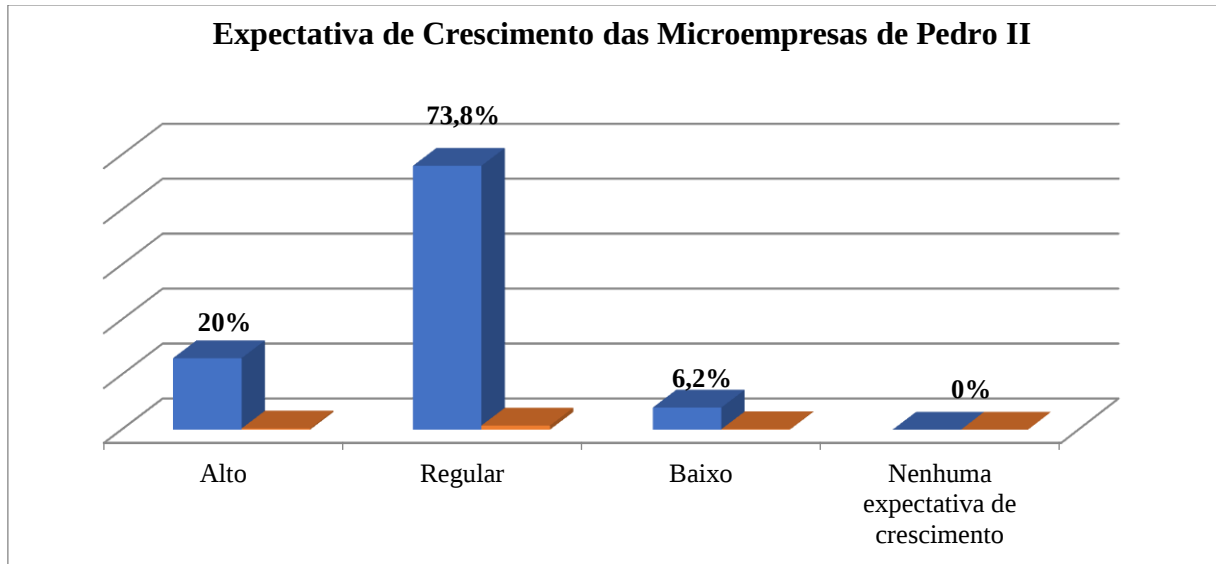


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Uma das indagações apontados no questionário era o de saber os possíveis motivos que levam as pessoas a abrirem seu próprio empreendimento. Diante disso a pesquisa elencou os seguintes motivos e suas respectivas porcentagens de acordo com a opinião dos participantes, 51,6% Independência financeira, 26,9% Autorrealização, 11,8% Falta de oportunidades, 5,4% Geração de empregos, 4,3% Contribuir com as necessidades da sociedade e 0% Outros. A pesquisa também procurou identificar as causas que levam os empreendedores a fecharem seus estabelecimentos de forma precoce. De acordo com as causas apontadas no questionário foi obtido os seguintes dados, 38,5% Falta de planejamento, 20,2% Má gestão, 15,4% Falta de incentivos governamentais, 8,7% Complexidade tributária e burocrática, 7,7% Falta de mão obra qualificada, 6,7% Dificuldades em conquistar clientes e 2,9% para Outros, nos quais foram mencionados falta de capital e concorrência desleal.

Segundo o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMPE) (2024), no primeiro quadrimestre de 2024, foram abertas 1.456.958 empresas, o que representa um aumento de 26,5% em relação ao último quadrimestre de 2023 e aumento de 9,2% quando comparado com o primeiro quadrimestre de 2023, esses dados mostram um aumento considerável de um ano para outro, no crescimento de surgimento de novas empresas. Diante desses dados o primeiro objetivo específico estabelecido pela pesquisa foi o de identificar o grau de expectativa de crescimento das microempresas locais na opinião dos respondentes. Os participantes em sua grande maioria afirmam que a expectativa de crescimento das microempresas é Regular com 73,8%, enquanto outros afirmam que grau de expectativa é Alto com 20% , logo em seguida 6,2% afirmam que o grau de crescimento é Baixo, e por fim 0% para Nenhuma expectativa de crescimento. Essas informações estão contidas no Gráfico 2 logo abaixo.

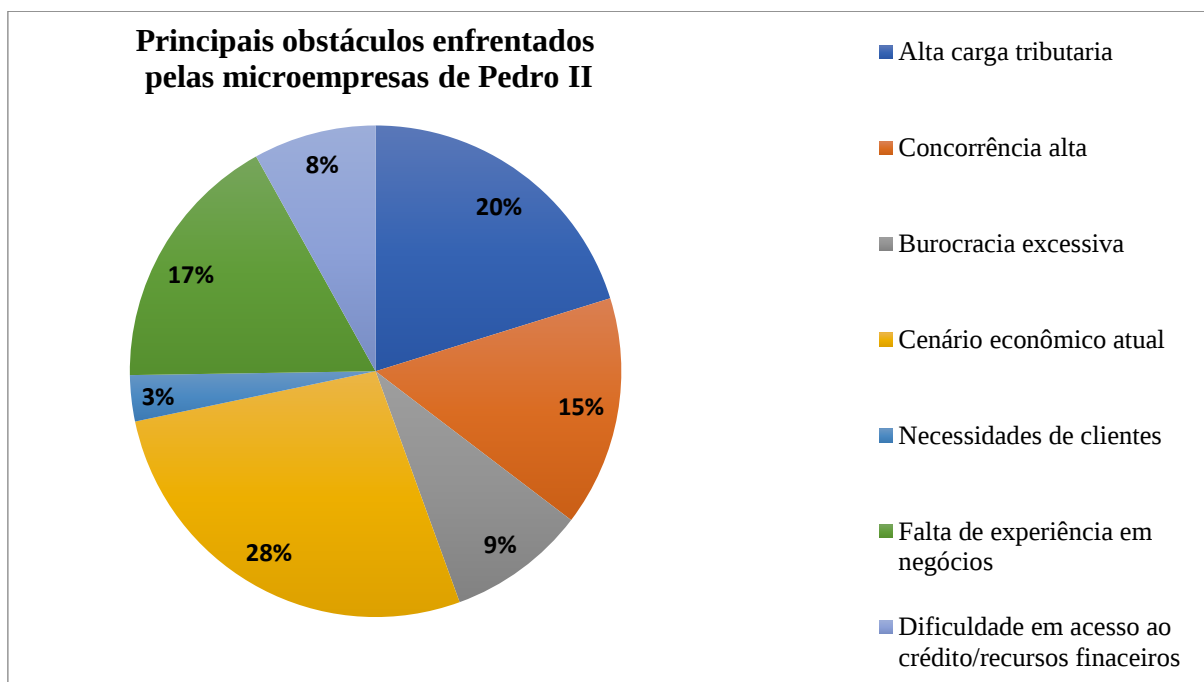
Gráfico 2 – Grau de expectativa de crescimento das microempresas de Pedro II



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Conforme Pessoa e Diniz (2017) os principais desafios enfrentados pelas as microempresas são a Alta carga tributária, Restrição ao crédito, Excesso de obrigações, Dificuldades em gestão, Competitividade, Falta de suporte adequado, nos quais esses desafios acabam gerando empecilhos para o desenvolvimento dos negócios. Partindo desse contexto, o segundo objetivo específico elencado pela pesquisa, foi o de detectar os principais obstáculos enfrentados pelas microempresas de Pedro II. Dentre tantos obstáculos existentes, a pesquisa procurou abordar os principais e também da à chance aos participantes de mencionar outros que tenham presenciado. A partir disso e com base nas respostas do público alvo da pesquisa, foram obtidos os seguintes obstáculos e suas respectivas porcentagens, Cenário econômico atual 28%, Alta carga tributária 20%, Falta de experiência em negócios 17%, Concorrência alta 15%, Burocracia excessiva 9%, Dificuldade em acesso a crédito ou recurso financeiro 8%, Necessidade de clientes 3% e Outros 0%, esses dados estão expostos no Gráfico 3 logo abaixo.

Gráfico 3- Obstáculos enfrentados pelas microempresas de Pedro II

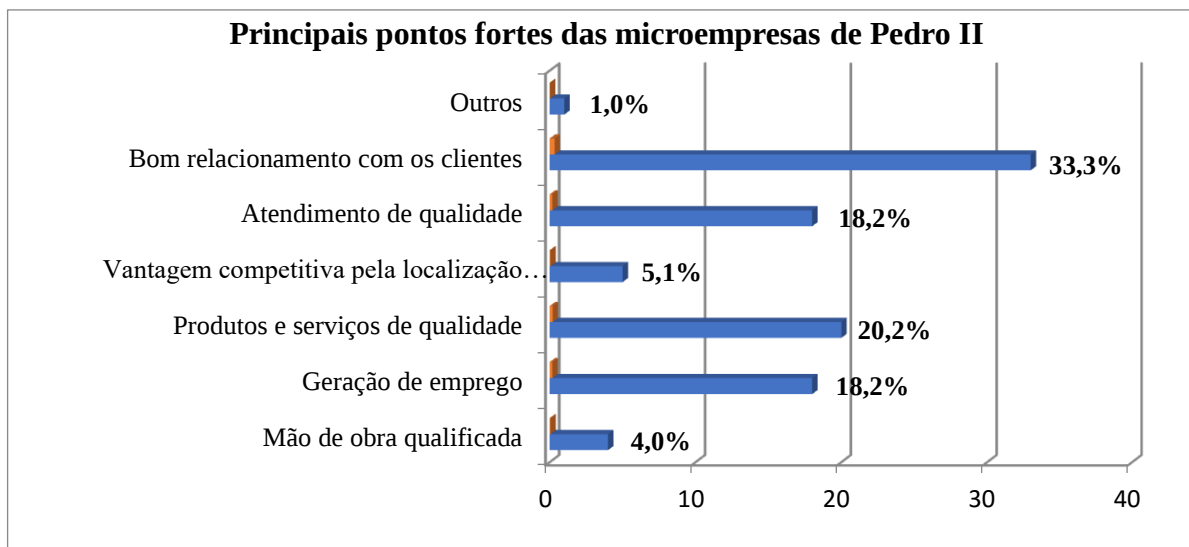


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O terceiro e último objetivo específico estabelecido, busca investigar quais os principais pontos fortes que as microempresas de Pedro II apresentam na opinião dos respondentes. Foram apresentadas aos participantes da pesquisa diversas opções de possíveis vantagens e benefícios que os empreendimentos locais possam ter e também foi dada a opção aos respondentes de acrescentar outros pontos positivos que possam existir, em relação às empresas locais. As forças de uma empresa estão ligadas as características internas da organização que são consideradas positivas para o sua atuação no mercado. Elas podem incluir recursos financeiros, competências, produtos, imóveis, marca, tecnologia, locação, reputação e conhecimento, posicionamento da marca e até o engajamento nas redes sociais. Esses pontos são determinantes para o desempenho e sucesso de um empreendimento (SEBRAE, 2022).

De acordo com as opiniões dos participantes o ponto forte mais citado foi o Bom relacionamento com os clientes com 33,3%, em seguida Produtos e serviços de qualidade com 20,2 %%, Atendimento de qualidade com 18,2%, Geração de emprego também com 18,2%, Vantagem competitiva pela localização geográfica de Pedro II com 5,1%, Mão de obra qualificada com 4% e Outros com 1% onde foram citados engajamento, força de vontade e otimismo como pontos fortes também das microempresas. Essas informações estão expostas no Gráfico 4 logo abaixo.

Gráfico 4- Pontos fortes das microempresas de Pedro II



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Para as microempresas ou qualquer outro empreendimento é importante pensar nos seus clientes, pois são eles que impulsionam o negócio. Nesse sentido a pesquisa procurou descobrir o grau de satisfação dos habitantes da cidade de Pedro II em relação às microempresas locais na percepção do público alvo da pesquisa. Foram obtidos os seguintes dados, cerca de 75,5% dos respondentes acreditam que os habitantes estão Satisfeitos, 12,3% optaram por Nem satisfeito, nem insatisfeito, enquanto 7,7% acreditam que os habitantes estão Muito satisfeitos, e cerca de 4,6% acreditam que os habitantes estão Insatisfeitos, 0% para Muito insatisfeito.

Os resultados analisados através dos questionários foram considerados satisfatórios para a pesquisa, pois contribuiu para o alcance dos objetivos, resposta da problemática e confirmação da hipótese. Por outro lado também forneceram várias outras informações extras que enriqueceram o estudo. A participação do público alvo foi essencial, pois eles puderam dar suas opiniões sobre a realidade em que as microempresas situadas em Pedro II estão inseridas. Finaliza-se assim, a parte das análises e resultados da pesquisa, posteriormente serão apresentadas as conclusões do trabalho.

5. CONCLUSÃO

O trabalho em questão abordou como tema principal o empreendedorismo, isso descrito na primeira parte do estudo em sua introdução, por meio de uma contextualização e no decorrer do trabalho principalmente no referencial teórico, onde foram pesquisados conceitos, explicações e aspectos no que tange essa temática. A pesquisa foi aprofundada para um nicho específico, que são as pequenas cidades. Diante disso o estudo procurou realizar uma pesquisa que englobasse empreendedorismo nas pequenas cidades, por meio de um dos componentes da ação empreendedora que são as microempresas. No caso, o ambiente estudado foi a cidade de Pedro II, considerada uma cidade de pequeno porte localizada no norte do Piauí. A pesquisa ocorreu através de aplicação de questionários, nos quais contaram com a colaboração da opinião pública dos participantes.

Após toda uma análise de dados e obtenção dos resultados, pode-se ter uma visão de como o empreendedorismo vem atuando na cidade. Dentre os aspectos questionados sobre a ação empreendedora podemos citar a contribuição do empreendedorismo, o grau de expectativa

de crescimento dos empreendimentos, motivação para abertura de um próprio negócio, as causas que acarreta no fechamento precoce de uma empresa, quais os obstáculos enfrentados pelos microempresários, quais pontos fortes que os estabelecimentos locais apresentam e o grau de satisfação dos habitantes em relação às empresas locais. Com base nesses questionamentos, a pesquisa conseguiu responder sua problemática, confirmar sua hipótese e principalmente atingir seus objetivos.

O problema de pesquisa do estudo foi questionar qual o cenário da atividade empreendedora de microempresas na percepção da opinião pública de habitantes de Pedro II? O estudo conseguiu responder essa indagação através dos resultados obtidos, onde demonstram um cenário positivo da ação empreendedora na cidade de Pedro II, com um grau de expectativa de crescimento das microempresas entre alto e regular. Apresentando também vários pontos positivos dos empreendimentos locais em especial o bom relacionamento com os habitantes (clientes) e produtos e serviços de qualidades.

O objetivo geral do trabalho apresentado foi o de analisar cenário da atividade empreendedora de microempresas na percepção da opinião pública de habitantes de Pedro II. Para alcançar esse objetivo, primeiro a pesquisa teria que atingir os três objetivos específicos estabelecidos. No primeiro objetivo específico os resultados afirmam que a expectativa de crescimento delas é de um grau Alto a Regular, com um índice abaixo desses, para o grau de crescimento Baixo. No segundo objetivo específico, os resultados detectaram os seguintes empecilhos: Cenário econômico atual, Alta carga tributária, Falta de experiência em negócios, Concorrência alta, Burocracia excessiva, Dificuldade em acesso a crédito ou recurso financeiro, Necessidade de clientes. Já no terceiro objetivo específico os resultados apontam as seguintes vantagens: Bom relacionamento com os clientes, Produtos e serviços de qualidade, Atendimento de qualidade, Geração de emprego, Vantagem competitiva pela localização geográfica de Pedro II, Mão de obra qualificada, Engajamento, Força de vontade e Otimismo dos empreendedores.

Pode-se afirmar que o cenário empreendedor de Pedro II é otimista, pois foi comprovado que a ação empreendedora vem trazendo algo positivo para os habitantes do município. Além de demonstrar uma expectativa de crescimento entre alto e regular das microempresas, mesmo elas enfrentando obstáculos difíceis de controlar. Outro ponto de destaque são as motivações dos empreendedores em montar seu próprio negócio, principalmente para ter seu sonho realizado e ter sua independência financeira. Em relação à empresa – cliente os resultados mostraram que existe um bom relacionamento entre as partes, além de ofertarem produtos e serviços de qualidade para população. Ainda nesse contexto a pesquisa afirma que o grau de satisfação dos habitantes com os empreendimentos locais é bem satisfatório. Diante desses fatos o estudo conclui que o objetivo geral foi alcançado. A hipótese do trabalho foi confirmada, pois foi comprovado que o empreendedorismo vem contribuindo sim de forma positiva na cidade de Pedro II, na opinião dos respondentes, mesmo que de forma lenta e com todos os empecilhos, isso está exposto no Gráfico 1 das análises e resultados.

O estudo teve suas limitações, em especial na questão do seu público alvo, pois não foi possível realizar a pesquisa com a grande maioria dos microempresários, além de ter uma certa resistência de alguns deles em participar da pesquisa mesmo sendo de forma anônima. Mas por outro lado, as pessoas que aceitaram participar relataram que o estudo é interessante e ficaram satisfeitos em contribuir com o trabalho acadêmico. Portanto o estudo de campo foi uma experiência importante, pois uniu um pouco o mundo acadêmico com o setor empresarial de Pedro II, mostrando como o empreendedorismo vem se comportando na região.

Conclui-se que o fenômeno empreendedorismo é imprescindível para qualquer cidade, pois ele é fundamental para o surgimento de novos negócios, movimentação da economia local, geração de emprego entre outros fatores positivos. Diante disso pode-se afirmar que ele vem contribuindo de forma positiva para a cidade de Pedro II e a tendência é de que a ação

empreendedora cresça cada vez mais, fortalecendo assim o desenvolvimento do município. Nesse contexto o presente trabalho sugere como pesquisas futuras a realização de estudos com outras modalidades de empresas, como Microempreendedor individual (MEI) e Empresa de pequeno porte (EPP) na região ou em cidades vizinhas.

REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo (SP): Aleph, 2006.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2ª. Ed. São Paulo (SP): Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor – empreendedorismo e viabilização de novas empresas**. Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2º ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016**. Disponível em<<https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf> > Acesso em 06 de junho de 2024.

CORRÊA, R. L. **As pequenas cidades na confluência do urbano e do rural**. Revista GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, Nº 30, p. 05 - 12, 2011.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 6ª Ed., Rio de Janeiro (RJ), Elsevier, 2016.

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

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

DRUCKER, Peter. **Inovação e Espírito Empreendedor Práticas e Princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ENDLICH, A. **Na trilha conceitual e de definições das pequenas cidades**. In: BOVO, M. C. COSTA, F. R. Estudos Urbanos, Campo Mourão, Editora Unespar, 2017, p. 33-53.

FERNANDES, P. H. C. **O urbano brasileiro a partir das pequenas cidades**. Revista Eletrônica Geoaraguaia. Barra do Garças-MT, v. 8, n. 1, jan./jun. 2018, p. 13-31. Disponível em<: <https://bityli.com/TyWwVI>>. Acesso em: 24 maio 2024.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2017. Disponível em <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> . Acesso em 28 de junho de 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** - 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** - 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9ª. Ed. Porto Alegre (RS): AMGH Editora, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades e Estados**. 2024. Disponível em < <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/pedro-ii.html>> Acesso em 12 de março de 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Panorama censo**. 2023. Disponível em :< <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2024.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014.

LOHRKE, F. H., & LANDSTRÖM, H. **Historical foundation of entrepreneurship research Cheltenham**: Edward Elgar. 2012.

MIKRIPOLI. **Rede de Pesquisadores sobre Cidades Pequenas**. Por uma Geografia Urbana mikropolitana 2021! Disponível em: https://issuu.com/mikripoli/docs/por_uma_geografia_urbana_mikropolitana. Acesso em: 16 de janeiro de 2024.

MINISTÉRIO DO EMPREENDEDORISMO, DA MICROEMPRESA E DA EMPRESA DE PEQUENO PORTE (MEMPE). **Mapas de empresas**. 2024. Disponível em < <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-1o-quadrimestre-2024.pdf>> Acesso em 28 de junho de 2024.

MOREIRA JUNIOR. **As cidades pequenas na geografia brasileira: A construção de uma agenda de pesquisa**. GEOUSP – Espaço e Tempo, São Paulo, n. 35, 2013, p. 19-33.

PESSOA, R.S., DINIZ, F.; **Os Principais Desafios que as Pequenas e Médias Empresas (PME's) enfrentam no Brasil**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas V.2, Nº1, p.137-161, Jan./Abr.2017. Disponível em < <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/138/177>> Acesso em 28 de junho de 2024.

PONTES, Beatriz Maria Soares. **As mudanças no processo produtivo capitalista e suas repercussões nas cidades médias nordestinas**. In: Eliseu Savério Sposito; M. Encarnação Beltrão Sposito; Oscar Sobarzo. (Org.). Cidades médias: produção do espaço urbano e regional. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 327-346.

PORTAL DA INDÚSTRIA. **Qual a definição de micro e pequena empresa. 2019.** Disponível em <[https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/micro-e-pequena-empresa/#:~:text=Microempresa%20\(ME\)%20%C3%A9%20a%20classifica%C3%A7%C3%A3o,gera%C3%A7%C3%A3o%20de%20emprego%20e%20renda](https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/micro-e-pequena-empresa/#:~:text=Microempresa%20(ME)%20%C3%A9%20a%20classifica%C3%A7%C3%A3o,gera%C3%A7%C3%A3o%20de%20emprego%20e%20renda)>. Acesso em 28 de março de 2024.

PREFEITURA DE PEDRO II. **Conheça Pedro II. 2014.** Disponível em <<https://pedroii.pi.gov.br/index.php?pg=exibe2&id=5#:~:text=Possui%20uma%20%C3%A1rea%20de%201.957,20%C2%BA%20a%2016%C2%BA%20%C3%A0%20noite>>. Acesso em 10 de abril de 2024.

SALIM, Cesar; SILVA, Nelson. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANCHES, Vander Lúcio. **A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil. 2018.** Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/desenvolvimento-economico>. Acesso em: 10 abril de 2024.

SANCHES, Vander Lúcio. **A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil. 2018.** Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/%20administracao/desenvolvimento-economico>>. Acesso em: 16 de Fevereiro.2024.

SANTOS, Milton. **Espaço dividido.** 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

SCHUMPETER, J. A Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Nova Cultura, 1988.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive?**, 1952, p.72.

SECRETARIA DE TURISMO DO PIAUÍ- SETUR. **Pedro II é uma cidade cheia de história, artesanato e sítios arqueológicos. 2020.** Disponível em <<https://turismo.pi.gov.br/noticias/pedro-ii-e-uma-cidade-cheia-de-historia-artesanato-e-sitios-arqueologicos/>> Acesso em 10 de abril de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira. 2023.** Disponível em <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>> Acesso em 28 de junho de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Microempresa: conheça as características desse negócio 2023.** Disponível em : <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/microempresa-conheca-as-caracteristicas-desse-negocio,eb44cb35a666a810VgnVCM1000001b00320aRCRD>> Acesso em 16 de janeiro de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **O que é ser empreendedor. Sebrae Nacional. 2019.** Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Ser%20empreenedor%20significa%20ser%20um,congru%C3%Aancia%20entre%20criatividade%20e%20imagina%C3%A7%C3%A3o..>> . Acesso em: 16 de JANEIRO. de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Mas afinal, o que é empreendedorismo? 2023.** Disponível em < <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>> Acesso em 27 de março de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Data MPE Brasil. 2024.** Disponível em < <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/pedro-ii>> Acesso em 03 de abril de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Você sabe identificar as forças e fraquezas de sua empresa?. 2022.** Disponível em < [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Voc%C3%AA%20sabe%20identificar%20as%20for%C3%A7as%20e%20fraquezas%20de%20sua%20empresa%20\(1\).pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Voc%C3%AA%20sabe%20identificar%20as%20for%C3%A7as%20e%20fraquezas%20de%20sua%20empresa%20(1).pdf)> Acesso em 28 de junho de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Data MPE Brasil. 2024.** Disponível em < <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/pedro-ii>> Acesso em 12 de março de 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Opalas preciosas e joias artesanais de opalas. 2021. Disponível em** < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/origens/opalas-preciosas-e-joias-artesanais-de-opalas,ddc8e71b5a208710VgnVCM100000d701210aRCRD>> Acesso em 10 de abril de 2024.

SILVA, S. P. M.; GIL, A. C. **O Método Fenomenológico na Pesquisa sobre Empreendedorismo no Brasil.** Revista de Ciências da Administração, v. 1, n. 1, p. 99, 2015.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.

WEBER, Andréa. F. **Pesquisa de opinião pública: princípios e exercícios.** Pérsigo- Santa Maria: Facos- UFSM. 2017. Disponível em<<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/330/2019/10/POP.pdf>> Acesso em 07 de junho de 2024.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO



Olá, tudo bem?

Sou Lucas De Oliveira Rodrigues, acadêmico do curso de Especialização em Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal do Piauí- Campus Pedro II, e estou desenvolvendo o meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como título: **Empreendedorismo em pequenas cidades: Um estudo sobre a realidade de microempresas na cidade de Pedro II**. Gostaria de convidá-lo (a) a participar, respondendo o questionário a seguir. O questionário é anônimo e não será possível a identificação do participante. Sua colaboração é muito importante para o desenvolvimento do meu trabalho, conto com a sua participação. Muito obrigado!!!

QUESTIONÁRIO

Perfil do Respondente da Pesquisa

1) Qual seu gênero (sexo)?

() Masculino () Feminino

2) Qual sua faixa etária de idade?

() 18 a 30 anos () 31 a 45 anos () 46 a 59 anos () 60 anos ou mais

3) Qual seu nível de formação escolar?

() Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior

() Pós- Graduação Especialização () Mestrado () Doutorado

Perguntas Relacionadas ao Tema da Pesquisa

4) Segundo o SEBRAE (2023) “Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade”. Levando em consideração esse conceito, em sua opinião o empreendedorismo local vem contribuindo de forma positiva para a população de Pedro II?

() Concordo totalmente () Concordo () Discordo () Discordo totalmente

() Nem concordo, nem discordo

5) Na sua opinião quais os motivos que levam as pessoas a abrirem seu próprio negócio? (Marque até duas alternativas).

☐ Autorrealização (sonho) ☐ Geração de emprego ☐ Independência financeira

☐ Por falta de oportunidades ☐ Contribuir com as necessidades da sociedade

☐ Outros . _____

6) Na sua opinião qual o grau de expectativa de crescimento das microempresas locais?

☐ Alto ☐ Regular ☐ Baixo ☐ Nenhuma expectativa de crescimento

7) Na sua opinião quais os principais obstáculos enfrentado pelas microempresas de Pedro II? (Marque até duas alternativas).

☐ Alta carga tributaria ☐ Concorrência alta ☐ Burocracia excessiva

☐ Cenário econômico atual ☐ Necessidade de clientes ☐ Falta de experiência em negócios

☐ Dificuldade em acesso ao crédito/recursos financeiros

☐ Outros. _____

8) Na sua opinião quais os principais motivos para o fechamento precoce de microempresas locais? (Marque até duas alternativas).

☐ Falta de planejamento ☐ Dificuldade em conquistar clientes ☐ Falta de iniciativas governamentais

☐ Má Gestão ☐ Falta de mão de obra qualificada ☐ Complexidade tributária e burocracias

☐ Outros. _____

9) Na sua opinião quais os pontos fortes das microempresas de Pedro II? (Marque até duas alternativas).

☐ Mão de obra qualificada ☐ Geração de emprego ☐ Produtos/Serviços de qualidade

☐ Vantagem competitiva pela localização geográfica de Pedro II ☐ Atendimento de qualidade

☐ Bom relacionamento com os clientes

☐ Outros. _____

10) Na sua opinião qual o grau de satisfação dos habitantes com as microempresas locais?

☐ Muito satisfeito ☐ Satisfeito ☐ Insatisfeito ☐ Muito insatisfeito ☐ Nem satisfeito/Nem insatisfeito