



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DA BAHIA
CAMPUS SALVADOR
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

DANILO PEREIRA DE SOUZA

**O AVANÇO DA FORMALIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR
BRASILEIRO: RELAÇÕES DE TRABALHO E O CENÁRIO
SOTEROPOLITANO**

Salvador
2017



DANILO PEREIRA DE SOUZA

**O AVANÇO DA FORMALIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR
BRASILEIRO: RELAÇÕES DE TRABALHO E O CENÁRIO
SOTEROPOLITANO**

Trabalho apresentado ao Instituto Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção de média semestral na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, mediante orientação da Prof^ª. Dra. Laila Rodrigues Soares.

Salvador
2017

Biblioteca Raul V. Seixas – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia - IFBA - Salvador/BA.

Responsável pela catalogação na fonte: Samuel dos Santos Araújo - CRB 5/1426.

S729 Souza, Danilo Pereira de.

O avanço da formalização do empreendedor brasileiro: relações de trabalho e o cenário soteropolitano / Danilo Pereira de Souza. Salvador, 2017.

52 f. ; 30 cm.

Monografia (Graduação em Administração) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia.

Orientação: Profª Dra. Laila Rodrigues Soares.

1. Empreendedorismo. 2. Formalização. 3. Relações de trabalho. 4. Pejotização. I. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia. II. Título.

CDU 2 ed. 658.8

DANILO PEREIRA DE SOUZA

**O AVANÇO DA FORMALIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR
BRASILEIRO: RELAÇÕES DE TRABALHO E O CENÁRIO
SOTEROPOLITANO**

Monografia foi julgada e aprovada para a obtenção do título de Bacharel em
Administração no Curso de Administração Do IFBA

Salvador, ____ de _____ de 2017.

Banca examinadora:

Orientador: Prof^a. Dra. Laíla Rodrigues Soares – IFBA

Avaliador: Prof. Dr. Alexandre José Alves da Silva - IFBA

Avaliador: Prof^a. Inamácia de Moraes Sousa Gonzalez

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço à Deus, pois ele me deu o dom da vida e me faz ter a capacidade de perseverar, sonhar e correr atrás dos meus sonhos e objetivos.

Minha família, principalmente meus pais Célia e Reginaldo e minhas irmãs Daniele e Juliana, pelo amor, carinho, confiança e porque eles fazem parte da realização desse sonho.

À minha namorada, Laysa, pelas palavras de incentivo, pelo amor e pelo companheirismo.

À minha orientadora Prof.^a. Dra. Laila Soares Rodrigues pelos ensinamentos, pela confiança e paciência.

Muito obrigado a todos!

RESUMO

O Brasil passa por diversas transformações em relação aos aspectos relacionados ao empreendedorismo e ao mercado de trabalho. As medidas que os governantes estão tentando colocar em prática podem e devem afetar diretamente o mercado empreendedor, tendo em vista aspectos tributários e sociais. No presente trabalho, foi feita a abordagem de aspectos conceituais em relação ao empreendedorismo, o avanço da formalização dos empreendedores no Brasil e como está o cenário da cidade do Salvador, observando o suporte oferecido pelas instituições de apoio aos micro e pequenos empreendedores, bem como aspectos relacionados às relações de trabalho e ao surgimento do fenômeno conhecido como "pejotização". A metodologia utilizada na pesquisa foi a descritivo-explicativa, tendo um tratamento de dados caracterizado por ser quantitativo, mas a pesquisa é de natureza qualitativa. Através da aplicação de um questionário fechado, buscou-se obter as opiniões dos estudantes de administração de Salvador em relação ao tema, visando obter uma resposta para a seguinte pergunta: levando em consideração aspectos do empreendedorismo, o avanço da formalização e as relações de trabalho, como os estudantes de administração do IFBA de Salvador enxergam as atividades empreendedoras na cidade? Após a análise dos dados, que foi feita com base no referencial teórico do trabalho, pode-se constatar, exemplificando com os resultados de algumas variáveis, que a maioria dos entrevistados trabalha com carteira assinada e que aqueles que possuem pessoa jurídica afirmaram ter constituído a empresa com o intuito de empreender, assim como a grande maioria não sabe o significado de "pejotizar".

Palavras-chave: Empreendedorismo; formalização; relações de trabalho; pejotização.

ABSTRACT

Brazil undergoes several transformations in relation to aspects related to entrepreneurship and the labor market. The measures that the governments are trying to put into practice can and should directly affect the entrepreneurial market, considering tributary and social aspects. In the present work, the conceptual aspects of entrepreneurship, the progress of the formalization of the entrepreneurs in Brazil and the situation of the city of Salvador were studied, observing the support offered by the institutions of support to micro and small entrepreneurs, as well as Aspects related to labor relations and the emergence of the phenomenon known as "pejotization". The methodology used in the research was descriptive-explanatory, having a data treatment characterized by being quantitative, but the research is qualitative in nature. Through the application of a closed questionnaire, we sought to obtain the opinions of the Salvador administration students in relation to the subject, in order to obtain an answer to the following question: taking into account aspects of entrepreneurship, the progress of formalization and labor relations, How do the management students of the IFBA in Salvador see the entrepreneurial activities in the city? After analyzing the data, which was based on the theoretical reference of the work, it can be seen, exemplifying with the results of some variables, that the majority of respondents work with a formal contract and that those with a legal entity stated that they constituted the Company with the intention of undertaking, just as the vast majority do not know the meaning of "pejotizar".

Keywords: Entrepreneurship; formalization; work relationships; pejotization.

LISTA DE ABREVIATURAS

ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
BNDE	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CIDE	Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CSSL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
EPP	Empresa de Pequeno Porte
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
FIPEME	Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa
FUNTEC	Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico
FUNTEL	Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações
FUST	Fundo de Universalização
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GENESIS	Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBPT	Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IFBA	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
IPVA	Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores
IRPJ	Imposto de Renda – Pessoa Jurídica
ITR	Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural
ISS	Imposto Sobre Serviços
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
PIS	Programa de Integração Social
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 Características de um empreendedor bem sucedido.....	21
Quadro 02 Fatores psicossociais, ambientais e econômicos da atitude empreendedora de sucesso	22

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01	Sexo	35
Gráfico 02	Idade	36
Gráfico 03	Trabalha atualmente?	36
Gráfico 04	Se SIM, qual a forma de contratação?	37
Gráfico 05	Renda Mensal	38
Gráfico 06	Para você, nos dias atuais, qual o maior desafio para um empreendedor em Salvador?	38
Gráfico 07	O que você pensa sobre o empreendedorismo soteropolitano?	39
Gráfico 08	Possui inscrição como pessoa jurídica?	40
Gráfico 09	Qual o tipo empresarial?	40
Gráfico 10	Por que constituiu a pessoa jurídica?	41
Gráfico 11	Você sabe o que é “pejotização”?	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 Crescimento da cultura empreendedora	26
Figura 02 Tendências empreendedoras	27
Figura 03 Plataforma “Radar” SEBRAE	30
Figura 04 Se SIM, você observa isso no mercado? O que acha disso?	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
JUSTIFICATIVA.....	12
PROBLEMATIZAÇÃO.....	13
PROBLEMA.....	13
OBJETIVO GERAL.....	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
2 METODOLOGIA	15
3 CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO.....	18
3.1 O QUE É SER UM EMPREENDEDOR?.....	20
3.2 O PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	20
3.3 NECESSIDADE EMPREENDEDORA.....	23
4 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	24
4.1 BRASIL EMPREENDEDOR.....	24
4.2 O DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO FORMAL SOTEROPOLITANO.....	27
4.3 O SEBRAE.....	28
4.3.1 A ATUAÇÃO DO SEBRAE EM SALVADOR.....	30
4.3.2 PLATAFORMA DO SEBRAE PARA AUXILIAR OS NOVOS EMPREENDEDORES.....	29
5 AS BARREIRAS TRIBUTÁRIAS.....	31
6 O FENÔMENO DA "PEJOTIZAÇÃO"	32
6.1 OS MICRO EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI's).....	32
6.2 O QUE VEM A SER O FENÔMENO DOS "PJ's".....	33
7 RESULTADOS DA PESQUISA	35
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS.....	47
APÊNDICE A.....	50

1 INTRODUÇÃO

A escolha deste tema fundamenta-se pela grande ascensão da mentalidade empreendedora dos indivíduos na atual sociedade soteropolitana (muitos, é verdade, devido à recessão do país). A busca por novas formas da obtenção de estabilidade econômica e crescimento social, faz com que muitas pessoas busquem dentro do mercado de oportunidades empresariais as soluções definitivas para os seus problemas.

Devido ao grande crescimento das atividades empreendedoras em todo o mundo, os indivíduos da cidade de Salvador estão, numa escala progressiva, querendo deixar de ser meros empregados e reféns das organizações privadas, e passarem a ser protagonistas dentro do sistema, ou seja, ao mesmo tempo em que almejam suas projeções financeiras, também prospectam uma ascensão social, deixando de serem apenas figurantes dentro do mercado.

Serão apresentados dados e análises em relação à expansão da formalização dos microempreendedores no Brasil, como estão sendo tratadas as relações de trabalho e como está o cenário na cidade do Salvador, principalmente na visão dos estudantes de Administração do IFBA, que através de um questionário fechado, passaram suas visões e perspectivas em relação ao tema.

JUSTIFICATIVA

Tendo em vista o cenário de crise política/econômica, os índices de desemprego vêm aumentando vertiginosamente. Em contrapartida, a quantidade de cidadãos que vislumbram possuir o próprio negócio cresce (até mesmo pela necessidade gerada pela falta de emprego), e com isso é preciso haver, também, uma consciência e um mínimo de conhecimento empreendedor.

No Brasil, a grande maioria dos empreendimentos caracteriza-se pelo pouco teor inovador e ousado, o que traz como consequência disso, segundo o IBGE, o encerramento de empresas em um tempo muito curto.

O empreendedorismo é o principal combustível para o desenvolvimento socioeconômico de um país. Empreender em uma sociedade cada vez mais informada e mais exigente, segundo Hisrich (2004), é criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforços necessários e, por fim, receber as consequentes

recompensas.

Na cidade de Salvador, os micro e pequenos empreendedores (principalmente no setor de comércio) vêm aumentando e, eis que surgiu o interesse em saber a opinião dos estudantes de Administração do IFBA e sobre a atuação dos órgãos que auxiliam os micro e pequenos empreendedores, no que tange aos auxílios e fazer um estudo em relação à formalização desse comércio e ao processo da substituição do trabalho assalariado em prestação de serviços.

PROBLEMATIZAÇÃO

Através da leitura de artigos, livros e documentos, nos deparamos com um leque de informações, que são de grande importância para o direcionamento de um trabalho científico.

Assim, neste presente trabalho, no início foi feito um *brainstorming* (tempestade de ideias) e os temas que surgiam em mente foram colocados no papel. A partir disso, os assuntos mais interessantes foram selecionados e os campos de investigação começaram a ser delimitados e aprofundados.

Logo, pretende-se identificar quais os aspectos mais relevantes, na visão dos estudantes de Administração, diante de um cenário tão preocupante (crise política/econômica), para que os micros e pequenos empreendedores soteropolitanos possam ser formalizados e obtenham sucesso e qual o conhecimento dos mesmos em relação às ameaças as relações de trabalho.

PROBLEMA

Levando em consideração aspectos do empreendedorismo, o avanço da formalização e as relações de trabalho, como os estudantes de Administração do IFBA de Salvador enxergam as atividades empreendedoras na cidade?

OBJETIVO GERAL

Compreender a visão e perspectiva dos estudantes de Administração do IFBA quanto ao desafio do empreendedorismo, e o cenário das atividades na cidade

do Salvador, buscando saber, também, se os mesmos possuem conhecimento em relação à “pejotização”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar quais são os suportes oferecidos pelas instituições de apoio aos micro e pequenos empreendedores;
- b) Conhecer a visão dos estudantes de Administração do IFBA em relação ao cenário do empreendedorismo do Salvador;
- c) Abordar o conhecimento sobre a “pejotização” e sua ocorrência entre os entrevistados;
- d) Analisar as perspectivas do estudante de Administração quanto ao empreendedorismo.

2 METODOLOGIA

Foi feito um estudo exploratório inicial por meio de pesquisas de livros digitais e físicos, bem como consultas a sites na internet que possuem embasamentos e fontes confiáveis para que houvesse um enriquecimento de dados no que foi abordado nesse material.

Ruiz (2008, p.48) afirma que a pesquisa científica se trata da “realização concreta de uma investigação planejada, desenvolvida e redigida de acordo com as normas da metodologia consagradas pela ciência. É o método de abordagem de um problema em estudo que caracteriza o aspecto científico de uma pesquisa”.

Segundo Gil (2008, p.17), a pesquisa científica é “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Cervo e Bervian (1996) conceituam a pesquisa como uma atividade que busca solucionar problemas diversos utilizando-se dos processos científicos. A pesquisa parte, pois de uma dúvida ou problema e, com o uso do método científico, busca uma resposta ou solução.

• CLASSIFICAÇÃO QUANTO AOS OBJETOS DA PESQUISA

A presente pesquisa classifica-se como sendo Descritivo-Explicativa. Isso se dá pela mesma apresentar características destes dois tipos (descritiva e explicativa), pois foi feita uma análise da visão que os estudantes têm em relação ao empreendedorismo no Brasil, o cenário na cidade de Salvador e das relações de trabalho.

Segundo Vergara (2000, p. 47), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza.

Trazendo para os conceitos de pesquisa explicativa, Gil (1999) diz que a pesquisa explicativa tem como objetivo básico a identificação dos fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de um fenômeno. É o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, pois tenta explicar a

razão e as relações de causa e efeito dos fenômenos.

- **CLASSIFICAÇÃO QUANTO À ABORDAGEM**

A pesquisa terá uma abordagem de natureza qualitativa, pois será elaborado um questionário (que será claro e objetivo), onde será verificada qual a visão e perspectiva dos participantes em relação ao desafio do empreendedorismo, da formalização das atividades na cidade do Salvador e a questão do conhecimento sobre a “pejotização”.

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995, p.58)

- **CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO CENÁRIO E AOS SUJEITOS DA PESQUISA**

O universo de pesquisa foi o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, tendo como amostra os alunos do curso de administração.

Através desta coleta de informações, foram feitas as análises e as formações dos perfis com as características apresentadas pelos indivíduos pesquisados e, posteriormente, elaborados os gráficos e quadros para apresentar os dados levantados relacionados aos tópicos sobre empreendedorismo na cidade de Salvador e relações de trabalho, que foram abordados no questionário.

- **CLASSIFICAÇÃO QUANTO ÀS TÉCNICAS DE COLETAS DE DADOS**

Foi utilizado o questionário (questões fechadas) para a coleta de informações em relação ao tema. As questões foram formuladas e hospedadas numa plataforma na internet e o endereço foi encaminhado para os alunos, para que os mesmos pudessem responder voluntariamente aos questionamentos e, posteriormente, fossem feitos os devidos levantamentos e análises.

O questionário ficou disponível para os estudantes do dia 20/03/2017 ao dia 31/03/2017, contendo 12 perguntas. No total, 30 alunos do curso de administração responderam às questões.

Marconi & Lakatos (1996, p. 88) definem o questionário estruturado como uma “[...] série ordenada de perguntas, respondidas por escrito sem a presença do pesquisador”. Dentre as vantagens do questionário, destacam-se as seguintes: ele permite alcançar um maior número de pessoas; a padronização das questões possibilita uma interpretação mais uniforme dos respondentes, o que facilita a compilação e comparação das respostas escolhidas, além de assegurar o anonimato ao interrogado (fator este que por muitas vezes é preponderante para a participação ou não dos indivíduos).

• CLASSIFICAÇÃO QUANTO ÀS TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados é uma das fases mais importantes da pesquisa, pois a partir dela, é que serão apresentados os resultados e a conclusão da pesquisa, conclusão essa que poderá ser final ou apenas parcial, deixando margem para pesquisas posteriores (MARCONI & LAKATOS, 1996).

Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Seguindo essa linha de raciocínio, Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolvem.

3 CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedorismo é utilizada para identificar pessoas que têm uma visão e transformam o ambiente em que atuam. De acordo com Dolabela (1999):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. (DOLABELA, 1999, p. 68).

Com passar dos anos, o mercado vai ficando mais dinâmico como consequência das mudanças naturais que vão acontecendo, devido, principalmente, à competitividade que tende a ser estabelecida. Logo, precisam explorar as oportunidades buscando suprir as necessidades e levar a satisfação aos seus clientes da maneira mais diferenciada, criativa e inovadora possível, ainda que isso implique em riscos. O empreendedor de sucesso será aquele que arrisca e assume a possibilidade de fracasso de forma consciente e corajosa.

O termo empreendedorismo tem muitas origens, que são propostas por pesquisadores de diferentes campos, que utilizarão os princípios de suas próprias áreas de interesse para constituir o conceito. Duas principais correntes contêm elementos comuns à maioria delas: a dos economistas que dedicaram seus estudos ao gerenciamento dos negócios na empresas e que definiram como pessoas que corriam riscos, investiam seu capital próprio e negócios, e a dos comportamentalistas que enfatizam os aspectos atitudinais como a criatividade e a intuição. Foi o economista austríaco J. A. Schumpeter (1934), que deu projeção ao tema associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e associando ao desenvolvimento e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

Já o empreendedorismo é, de acordo com Leite (2000), a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco.

O empreendedorismo é essencial para a geração de riquezas dentro de um país, promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida

da população. É também um fator importantíssimo na geração de empregos e renda.

No entendimento de Hisrich e Peters (2004, *apud* Mai, 2006), o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo “empreendedor”. Para os autores a definição de empreendedor evoluiu com o decorrer do tempo, na medida em que a estrutura econômica mundial transformava e tornava-se mais complexa. Desde seu início, na Idade Média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a noção de empreendedor foi refinada, passando a incluir conceitos relacionados com a pessoa, em vez de com sua ocupação. Os riscos, a inovação e a criação de riqueza são exemplos dos critérios que foram desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios.

Segundo Menezes (2003), o empreendedor é o indivíduo de iniciativa que promove o empreendimento a partir de um comportamento criativo e inovador, que sabe transformar contextos, estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais, gerar resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, dedicação, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização.

Mesmo que o empreendedorismo tenha merecido maior destaque somente nos últimos vinte anos, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história da humanidade, fazendo com que a cultura empreendedora, cada vez mais, se fortalecesse e se enraizasse na civilização. No atual cenário de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e, até mesmo, sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócios. Depende, também, de que estes indivíduos saibam combinar recursos e habilidades de forma inovadora, para a concretização da ideia e conduzir, de forma eficaz, o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre empresa, seus membros e os mercados.

Considera-se assim o empreendedorismo como uma forma de unir o esforço do empreendedor e da organização em prol da criação de algo inovador, diferente daquilo que é normalmente praticado. O empreendedorismo vai se caracterizar principalmente por fazer algo diferenciado, criando um produto ou serviço novo oriundo de uma oportunidade surgida, para assim fazer nascer um negócio promissor de riscos calculados.

A arte de empreender, além de ser uma realização pessoal para muitas pessoas, passou a ser umas das principais fontes para a obtenção de capital, para que as necessidades básicas fossem supridas.

3.1 O QUE É SER EMPREENDEDOR?

Numa visão mais simplista, podemos entender como empreendedor aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação.

Segundo Fillion (1999, p.19), um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Seguindo este raciocínio, Maria Inês Felipe (1999), em seu suplemento “Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial”, defende a ideia de que o empreendedor, em geral, é motivado pela autorrealização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente. Ela considera irresistíveis os novos empreendimentos e propõe sempre ideias criativas, seguidas de ação. A autoavaliação, a autocrítica e o controle do comportamento são características do empreendedor que busca o autodesenvolvimento.

Para se tornar um empreendedor de sucesso, é preciso reunir:

- Imaginação;
- Determinação;
- Habilidade de organizar;
- Habilidade de liderar pessoas;
- Habilidade de conhecer tecnicamente etapas e processos.

3.2 O PERFIL DO EMPREENDEDOR

O empreendedor começou a despertar interesse e ser estudado por pesquisadores de vários ramos de atividade da ciência como a psicologia, administração, economia, sociologia, entre outras, que se dedicaram a pesquisá-lo, assim como seu papel, suas características, ocasionando o surgimento de uma variedade de definições.

É de se esperar que uma pessoa que tenha características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, possua também melhores condições para empreender. Porém, apesar das características empreendedoras, quando sozinhas, não garantem o pleno sucesso, sem elas a pessoa certamente encontrará dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Antes de se iniciar no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize uma auto avaliação, refletindo honesta e objetivamente sobre os aspectos fundamentais de suas habilidades desenvolvidas.

Para Dolabela (1999b), um empreendedor bem sucedido tem que apresentar as seguintes características, as quais ele relaciona no quadro a seguir:

Quadro 1- Características de um empreendedor bem sucedido

Ter iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
Trabalha sozinho, tem perseverança e tenacidade.
O fracasso é considerado um resultado como outro qualquer. O empreendedor aprende com resultados negativos, com os próprios erros.
Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe se concentrar aos seus esforços para alcançar resultados.
Saber fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferenciar-se. Tem a capacidade de ocupar um espaço não ocupado por outros mercados, descobrir nichos.
Tem sempre alto comprometimento e crê no que faz.
Cria situações para obter <i>feedback</i> sobre o seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento.
Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.
É líder, cria um sistema próprio com seus empregados.
É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
Tem alta tolerância à ambiguidade e a incerteza.
Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando a para detectar oportunidades de negócios.
Cria um método próprio de aprendizagem. Emoção e afeto dão determinantes para explicar o seu interesse. Aprende indefinidamente.
Traduz seus pensamentos em ações.
Tece relações (contatos, amizades) moderadas, mas utilizada do intensamente como suporte para alcançar seus objetivos.

Fonte: Dolabela (1999b, p.142).

As representações sobre o que é um empreendedor, sobre seu perfil, sobre onde ele pode atuar são o ponto de partida que os pesquisadores devem considerar para o estudo das condições que levam o empreendedor ao sucesso.

Os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. Todavia, nem todo empreendedor busca um novo objetivo ou meta na sua vida. Existem pessoas que entram em negócios para escapar de algum fator ambiental que lhes rodeia, seja político, social ou econômico, como, por exemplo, o fato de estarem desempregados e terem que sustentar suas famílias, o que caracterizaria um empreendedorismo por necessidade.

O perfil do empresário bem-sucedido, aquele que pôs em prática seu projeto e conseguiu atingir o reconhecimento e lucro esperado, é utilizado como estímulo para a formação de novos empreendedores (como exemplo e modelo a se seguir e se espelhar). “Um empreendedor de sucesso é frequentemente caracterizado como um vencedor; talvez a crença na vitória seja um pré-requisito para que ele realmente vença.” (Hisrich; Peters, 2004, p. 81).

Para Dutra e Previdelli (2003), com a diversidade de características observadas pelos autores, constata-se a dificuldade para descrever o perfil exato do empreendedor ou estudar suas atitudes com base na literatura existente. Verificou-se que era possível categorizar estas características em fatores psicológicos e sociológicos, e fatores ambientais ou econômicos, determinantes das ações empreendedoras. Como resultado, o estudo dos autores permitiu a elaboração do quadro 2, na qual constam os principais fatores destacados na literatura.

Quadro 2 – Fatores psicossociais, ambientais e econômicos da atitude empreendedora de sucesso.

<u>FATORES PSICOSSOCIAIS</u>	<u>FATORES AMBIENTAIS E ECONÔMICOS</u>
-Iniciativa e Independência	-Capacidade de trabalhar grupos de apoio
-Criatividade	-Capacidade de buscar investidores
-Persistência	-Capacidade de superar obstáculos pela conjuntura econômica
-Visão de longo prazo	-Capacidade de trabalhar com escassez financeira
-Autoconfiança e otimismo	-Capacidade de superar obstáculos burocráticos do meio externo
-Comprometimento	-Capacidade para boa escolha da localização
-Padrão de excelência	-Maior utilização da tecnologia
-Persuasão	-Conhecimento do mercado e capacidade de utilizá-lo
-Necessidade de realização	-Construção de Rede de Informação e Capacidade de utilizá-la
-Coletividade	
-Formação	

Fonte: Dutra (2002, p.46).

Fatores psicossociais são fatores internos que envolvem as características do empreendedor. Estas características devem estar presentes naquele que deseja empreender, pois são essenciais num perfil de liderança. Por serem pessoais, são fatores passíveis de controle.

Já os fatores ambientais e econômicos são fatores externos, que não se pode controlar e que aparecerão como desafios na vida do empreendedor, exigindo algumas habilidades para que sejam bem administrados.

Para estes autores, o empreendedor empresário, ou simplesmente “empreendedor” é, portanto, o indivíduo que tem o desejo e busca a realização de um negócio de sucesso ou produto certo, em direção a atender um mercado inexplorado ou insatisfeito.

O que se pode concluir é que não há um perfil pré-estabelecido para o empreendedor, e sim um perfil traçado com base nas características comuns entre os empreendedores bem-sucedidos. Logo, fica mais fácil alcançar os objetivos quando se tem iniciativa, criatividade, persistência, poder de liderança, bom relacionamento interpessoal etc., mas não necessariamente o empreendedor tem de “nascer” com essas qualidades, ele pode sim desenvolvê-las ao longo de sua vida através de experiências cotidianas ou de preparações por meio de capacitação acadêmica, por exemplo.

3.3 NECESSIDADE EMPREENDEDORA

A elevada taxa de desemprego e a mudança de comportamento por parte dos indivíduos faz com que a necessidade de empreender torne-se cada vez mais latente no panorama mundial.

Descobrir o que impulsiona o empreendedor permite compreender o seu comportamento e também como isto repercute em sua atividade empresarial. Para Birley e Westhead (1992) as principais necessidades dos empreendedores são:

Aprovação: o empreendedor analisa o seu empreendimento como uma oportunidade para obter sustentabilidade, aprovação no mercado por oferecer um

bom serviço ou produto, sucesso e ser reconhecido como um exemplo de profissional bem sucedido.

Independência: o empreendedor tem a expectativa de liberdade e flexibilidade de normas e de horários, tomando para si a responsabilidade pelos resultados da instituição, que serão favoráveis ou não baseados no nível de comprometimento e qualificação de cada empreendedor.

Desenvolvimento Pessoal: desenvolver seus potenciais e habilidades que por muitas vezes foram desprezados em corporações que não dão oportunidades de multiplicação de conhecimento entre os colaboradores, o empreendedor deve sempre buscar novos conhecimentos para inovar, está sempre acompanhando os processos e está sempre à frente das mudanças exigidas pelo mercado. Mesmo tendo conhecimento técnico sobre o negócio, ele terá que gerenciar recursos humanos, financeiros, suprimento e comerciais.

Segurança Financeira: sem dúvida uma das necessidades mais focadas do empreendedor é a segurança financeira, os riscos elevados em abrir um negócio sem um planejamento financeiro adequado e um estudo da necessidade do mercado em relação ao produto a ser oferecido, aumenta mais o risco dos empreendimentos em fracassarem, para que isso não aconteça é primordial que os empreendedores atentem para o planejamento financeiro, com a finalidade de obter a estabilidade do caixa do empreendimento.

Realização Profissional: a necessidade de romper barreiras, atribuir novos desafios, de superar dificuldades, de triunfar sobre os obstáculos apresentados. O empreendedor sente-se realizado ao conseguir trabalhar com o que lhe dá prazer, com o que lhe faz pensar que ele não acorda para trabalhar e sim para realizar uma atividade prazerosa que lhe proporciona sustentabilidade e realizações pessoais.

4 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

4.1 BRASIL EMPREENDEDOR

O surgimento dos primeiros empreendedores no Brasil ocorreu na década

de 70, mas devido a uma abertura maior da economia nos anos 90 teve uma maior intensificação. Porém esses novos empreendedores não detinham de conhecimentos suficientes para administrar seus negócios. Foi a partir desse surgimento do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um suporte técnico para esses novos empreendimentos.

Além do SEBRAE, também existem outras organizações que auxiliam o empreendedor. Tais como Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de *Software*, Informação e Serviço) que foi criado para apoiar as empresas de informática que exportavam *software*. E também foi através desse programa que o plano de negócios (*business plan*) começou a se popularizar no Brasil. Temos também o programa Brasil empreendedor, do governo federal, que visa a melhor capacitação do profissional empreendedor.

De acordo com Alves (2014), sete de cada dez brasileiros que abrem uma empresa no Brasil tomam iniciativa por identificar momento favorável para ganhar dinheiro sendo donos dos próprios negócios. Em 2002, apenas 42% das pessoas abriam uma empresa por acreditar na demanda do mercado, enquanto os demais viam o empreendedorismo como necessidade, principalmente por não encontrar emprego. Em 2013, esse índice que mede o empreendedorismo subiu para 71%, o maior em 12 anos.

Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE, 1999) revela que, no Brasil, a pequena empresa representa 98,5 % das empresas existentes no país, 60% da oferta de emprego e 21% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. No entanto, segundo pesquisa realizada por essa instituição em 2004 nas cinco regiões brasileiras, em pequenas empresas constituídas e registradas no período de 2000 a 2002, o índice de mortalidade é de 49,4% para empresas com até dois anos de existência, 56,4% para as de três anos e de 59,9% para aquelas com até quatro anos de existência (SEBRAE, 2004).

Estudo promovido pelo Grupo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), liderado pelo Babson College, nos Estados Unidos, e a London Business School na Inglaterra, o qual trata do mapeamento da atividade empreendedora dos países, buscando entender o relacionamento entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico e quanto às atividades empreendedoras de um país estão relacionadas à geração de riquezas desse mesmo país, constatou que no caso do Brasil o estudo

tem trazido resultados interessantes no tocante às iniciativas empreendedoras. No entanto, por outro lado um dos fatores preocupantes no caso brasileiro é o fato de a maioria dos negócios gerados no país ser baseada no empreendedorismo de necessidade, ou seja, são baseadas na identificação de oportunidades de negócio com vistas ao suprimento das necessidades básicas de renda daquele que empreende, para que tenha condições de subsistência, mantendo a si e sua família. Isso implica não só na diminuição dos níveis de rentabilidade, como também na expansão do negócio que tende a ser limitada.

Com relação ao ensino do empreendedorismo no Brasil, Dolabela (2009, p. 42) afirma que no Brasil pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando (referenciando à época da análise do autor), mas os resultados alcançados no ensino indicam que se está no início de uma revolução silenciosa. O primeiro curso de que se tem notícia na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”.

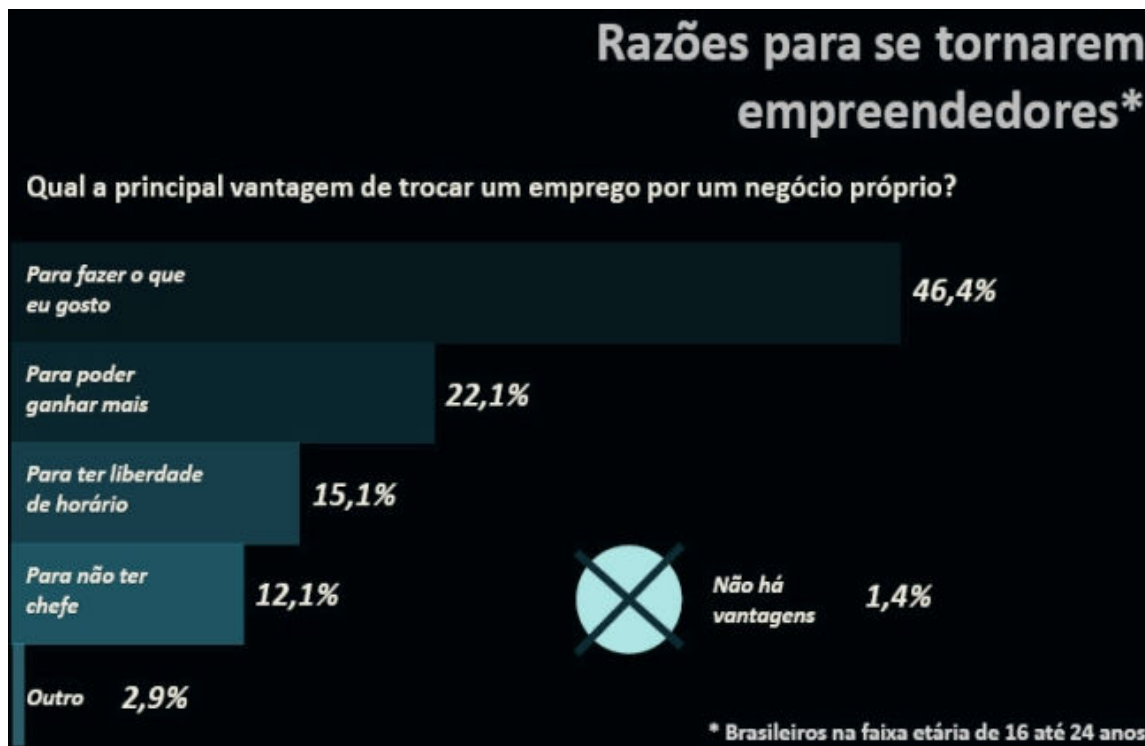
Segundo o GEM, em números absolutos, o Brasil possui pouco mais de 36 milhões de indivíduos adultos da população, entre 18 e 64 anos, desenvolvendo alguma atividade empreendedora, indicando a importância econômica e social do tema e a necessidade de ações governamentais ou não governamentais para a consolidação do empreendedorismo no país. Certamente, dentro dessa população empreendedora, existem milhares de imigrantes, provenientes de todos os continentes, que estão prosperando e contribuindo para o desenvolvimento do país.

Figura 01 – Crescimento da cultura empreendedora



Fonte: Luz Consultoria (2012).

Figura 02 – Tendências Empreendedoras



Fonte: Pesquisa Data Popular – segundo trimestre de 2012.

4.2 O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FORMAL SOTEROPOLITANO

Segundo dados do SEBRAE (de Dezembro/2015), mesmo em meio à crise, os pequenos negócios na Bahia cresceram 9% em 2015. O ano também marcou um salto na formalização da atividade econômica, com crescimento de 17% no número de registros de microempreendedores individuais no estado.

De acordo com o superintendente do SEBRAE na Bahia, Adhvan Furtado, a Bahia encerra o ano com, aproximadamente, 632 mil empresas de micro e pequeno porte: 54 mil abertos em 2015. Os números colocam o estado em sexto lugar no ranking nacional. Na maioria dos casos (cerca de 50%) o ramo de atuação foi o comercial, ficando o setor de alojamentos e alimentação, em segundo lugar.

Na Bahia, Salvador lidera no número de empreendimentos, com mais de 171 mil. A capital é seguida por Feira de Santana (39 mil), Vitória da Conquista (19 mil), Lauro de Freitas (16 mil) e Camaçari (14 mil). Segundo Furtado, Lauro de

Freitas, até pelo tamanho menor que Camaçari, é o grande destaque, pois deu um salto nos últimos anos, por conta dos programas locais de apoio ao empreendedorismo.

4.3 O SEBRAE

O SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972 com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento das micro e pequenas empresas (com faturamento bruto anual de até R\$ 3,6 milhões) e fomentar o empreendedorismo. Atua também com foco no processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, feiras e rodadas de negócios.

Apesar de sua instituição ser a partir de 1972, sua história começa quase uma década antes. Em 1964, o então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), atual Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), criou o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa (Fipeme) e o Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (Funtec), atual Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP).

O órgão tem como um de seus objetivos principais difundir e estimular ações empreendedoras.

Além de diversos cursos, palestras e orientações, o maior destaque nesse ponto está no EMPRETEC (curso voltado para o desenvolvimento de princípios empreendedores nos empresários), um dos programas mais bem sucedidos da organização, com metodologia desenvolvida pela ONU e do qual já participaram mais de 20 mil empresários.

O participante aprende quais são as competências e características de um empreendedor e através de jogos, tem a oportunidade de vivenciar mudanças comportamentais.

O SEBRAE possui exclusividade sobre este programa no Brasil. O curso tem a duração de 60 horas e exige dos participantes grande disponibilidade.

A entrada para o programa não é tão simples. Antes o candidato deve preencher um questionário e também passar por uma entrevista com consultores especializados para ser aceito.

O Empretec possibilita a participação do empresário em outras atividades do SEBRAE, como a Rodada de Negócios.

4.3.1 A ATUAÇÃO DO SEBRAE EM SALVADOR

De acordo com informações oferecidas no site da organização, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas na Bahia (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, sendo 31 somente na Bahia.

O SEBRAE na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do Estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social.

Setores Atendidos

- **Agronegócio:** apicultura, aquicultura e pesca, fruticultura, bovinocultura de leite, mandiocultura, ovinocaprinocultura, suinocultura.
- **Indústria:** cerâmica, construção civil, cosméticos, couro e calçados, madeira e móveis, metal mecânica e alumínio, petróleo e gás, química e plásticos, têxtil e confecções, mármore e granito, alimentos, artefatos minerais, automotiva.
- **Comércio:** varejo de alimentos, farmácias, móveis, autopeças, materiais de construção, confecção e acessórios, corredores comerciais.
- **Serviços:** Serviços de saúde, beleza e bem-estar, serviços automotivos, educação, representação comercial, tecnologia da informação e comunicação.
- **Economia criativa:** artesanato, moda, cultura, gastronomia, turismo.

Público Alvo

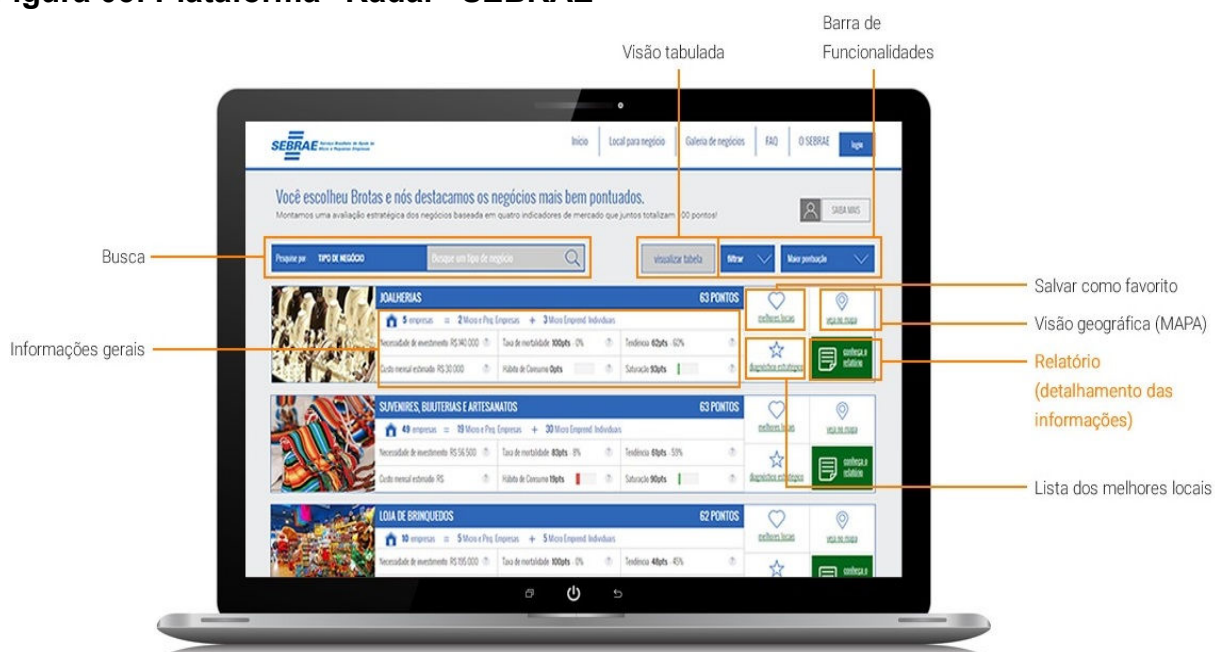
- **Potencial Empresário:** possui negócio próprio, mas sem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou inscrição estadual (no caso do produtor rural).
- **Potencial Empreendedor:** ainda não possui negócio próprio, mas está ativamente envolvido na sua estruturação.

- **Microempreendedor Individual (MEI):** faturamento anual de até R\$ 60 mil e no máximo um empregado.
- **Microempresa (ME):** faturamento anual igual ou inferior a R\$ 360 mil.
- **Empresa de Pequeno Porte (EPP):** faturamento anual acima de R\$ 360 mil até R\$ 3,6 milhões.
- **Produtor Rural:** pessoa física ou jurídica que explora a terra, com fins econômicos ou de subsistência, por meio da agricultura, da pecuária, da silvicultura, do extrativismo sustentável, da aquicultura, além de atividades não agrícolas, respeitada a função social da terra.

4.3.2 PLATAFORMA DO SEBRAE BAHIA PARA AUXILIAR OS NOVOS EMPREENDEDORES

O sistema conhecido como “Radar”, de acordo com o site do SEBRAE (2017), é uma plataforma desenhada para apoiar os empreendedores na identificação de oportunidades de negócios e na localização mais adequada do seu ponto comercial. Ele tenta oferecer aos usuários, de forma simples e direta, informações sobre o melhor local para abrir o novo negócio e quais as melhores atividades econômicas para se investir.

Figura 03: Plataforma “Radar” SEBRAE



Fonte: SEBRAE (2017).

5 AS BARREIRAS TRIBUTÁRIAS

De acordo com o instituto Endeavor Brasil (2014), não é incomum ouvir dizer que o Brasil é “o país dos impostos”, mas é importante ter claro que essa é uma parte do desafio que os empreendedores tomam para si quando decidem abrir o seu negócio. Uma empresa com problemas fiscais pode ter muitas dificuldades, como para a entrada de um sócio estratégico, para receber recursos de entidades ou instituições financeiras de primeira linha e até mesmo impedir a venda ou fechamento da empresa.

Assim, começar certo desde o início facilita muito as coisas para os empresários quando o seu negócio entra em fase de crescimento. Por isso, é preciso planejar a melhor maneira de navegar nesse “mundo tributário”, de maneira alinhada aos objetivos da empresa.

Antes de abrir uma negócio, o empreendedor deve considerar, na formação dos preços e na projeção da margem de lucro, especialmente, o peso dos tributos incidentes sobre:

- (i) As receitas de venda de produtos e serviços (IPI, ICMS, ISS, PIS/COFINS e contribuições previdenciárias);
- (ii) As importações de bens, serviços e tecnologia (Imposto de Importação, IPI, PIS/COFINS, CIDE, ICMS e ISS);
- (iii) A folha de salários (contribuições previdenciárias);
- (iv) O patrimônio (ITR, IPTU e IPVA);
- (v) O exercício de certas atividades reguladas (ex.: taxa da Anatel, FUST, FUNTEL) e, finalmente;
- (vi) O lucro (IRPJ e CSL).

Entretanto, existem regimes tributários que dão um “alento” aos micro e pequenos empresários, pois estes possuem formas mais simplificadas e menos onerosas: são eles o Simples Nacional e o MEI.

Em ambos os regimes, as vidas dos micro e pequenos empreendedores são descomplicadas, pois na guia do pagamento (DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional e DAS-MEI – Documento de Arrecadação Simplificada do MEI) são colocados todos os tributos federais (no caso do MEI há

isenção), estaduais e municipais, onde a diferenciação da alíquota para o cálculo de valor a pagar, se dá pelo valor do faturamento no caso do Simples e pelas opções escolhidas no cadastramento no caso do MEI.

Na cidade de Salvador, devido à crise, muitos são os estabelecimentos comerciais que estão fechando as portas nos últimos meses, principalmente bares e restaurantes. Segundo a ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - os sucessivos aumentos da carga tributária podem deixar até o final de 2016 cerca de 90 mil pessoas desempregadas, demonstrando o quanto é importante um estudo minucioso acerca do regime tributário a ser adotado pelas empresas.

6 O FENÔMENO DA “PEJOTIZAÇÃO”

6.1 OS MICRO EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI's)

Antes de adentrar ao que vem a ser pejotização, precisamos fazer uma abordagem sobre o MEI, que vêm sendo o fator que intensifica essa prática que é utilizada por muitos empresários que visam reduzir os seus custos com os âmbitos trabalhistas.

De acordo com o Portal do Empreendedor (2016), Microempreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser empreendedor individual, é necessário faturar, no máximo até 60 mil reais por ano (faturamento anual que está previsto para ser alterado no ano de 2018 e que passará a ser de 81 mil reais), não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter um empregado contratado que receba um salário mínimo ou piso da categoria.

O MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 47,85 (comércio ou indústria), R\$ 51,85 (prestação de serviços) ou R\$ 52,85 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo.

Entretanto, esse novo regime tributário que foi criado tendo como principal intuito auxiliar no processo de formalização dos micro e pequenos empreendedores,

em muitos casos tornou-se para algumas empresas uma forma de contratarem pessoas (como prestadoras de serviço) e não possuem um vínculo empregatício as mesmas.

6.2 O QUE VEM A SER O FENÔMENO DOS “PJ’s”

Dentro de um panorama de flexibilização da relação de emprego no Brasil, eis que surge o fenômeno da pejetização, como uma modalidade (que embora muito controversa, é juridicamente legal) de contratação em que se pretende descaracterizar a relação de emprego eliminando o requisito “pessoa física”, por meio da contratação do trabalhador como pessoa jurídica.

A expressão pejetização é um neologismo decorrente da sigla “PJ”, que é usada para identificar o termo “pessoa jurídica”. Na prática, para que a contratação se efetive, o empregador exige que o trabalhador constitua uma empresa individual (no caso, na maioria dos casos, a constituição do MEI). A partir daí, no lugar de um contrato individual de trabalho é formalizado um contrato comercial ou civil.

Para Santos (2013), a pejetização não se confunde com a terceirização, haja vista que na primeira parte o serviço realizado pelo trabalhador equivale à atividade finalística do próprio empregador. Na realidade, o empregado, representado como pessoa jurídica, exerce suas atividades, geralmente, de forma exclusiva, recebe valores de natureza salarial como remuneração, o que leva ainda mais a semelhança de vínculo empregatício.

Com a evolução do trabalho durante os séculos e o surgimento de normas que regulamentam as relações de emprego, em que os empregados conquistam a cada dia seus direitos trabalhistas, surgem para os empregadores as obrigações, seja de pagamentos de impostos ou encargos decorrentes da contratação de empregados.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT, 2014) o Brasil é um dos países que mais se paga impostos, estes absurdamente altos, embora não se tenha seu devido retorno. É sabido também

que as empresas que geram renda e emprego têm altos encargos sobre sua folha de pagamento.

Para Leone Pereira (2013), buscando a diminuição de custos, devido também à queda dos lucros, algumas empresas tem aderido o fenômeno da “pejotização”, ou seja, demite seus empregados e exigem que os mesmos constituam uma empresa.

Segundo ele, assim sendo, a “pejotização” tem sido uma prática cada vez mais comum e constante no mercado de trabalho, principalmente nas grandes empresas, onde os funcionários dão lugares aos prestadores de serviços e a empresa obtém o trabalho do contratado sem vínculo empregatício.

Considerando a condição de dependência e submissão na relação de emprego, muitos empregados são obrigados a aceitar essa condição de trabalho, sem poder negar-se, pois necessitam do trabalho para seus sustentos e de suas famílias.

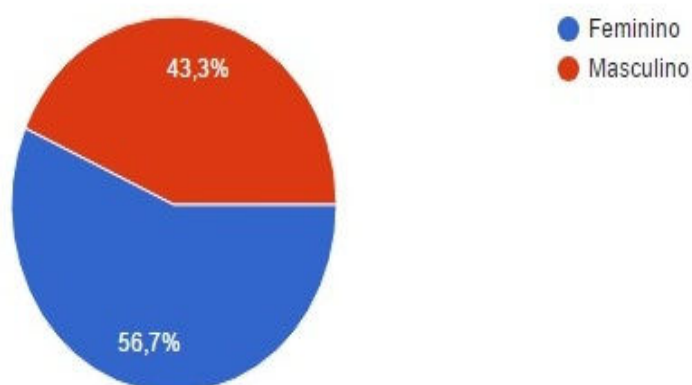
7. RESULTADOS DA PESQUISA

As respostas obtidas com o questionário serão apresentadas a seguir, com seus dados ilustrados em gráficos que foram retirados diretamente da plataforma estatística do Google Docs, que é uma plataforma baseada na Web de gerenciamento de documentos, destinado a criar, editar, processar e distribuir documentos. Tais documentos podem ser assim, armazenados tanto on-line, na nuvem Google e/ou no computador do usuário. Ainda, como se trata de uma aplicação on-line, o acesso aos documentos armazenados pode ser feito de qualquer computador que esteja conectado na Internet e que tenha um browser disponível para navegar nela. Além disso, os documentos podem ser vistos por outros grupos e usuários inscritos no Google que tenham permissão para tanto, o que permite a realização da computação em nível colaborativo.

No total, 30 alunos do curso de administração do Instituto Federal da Bahia, participaram da pesquisa e os comentários referentes a cada questão estão fundamentados nos artigos, textos e livros que foram lidos para a elaboração do referido trabalho.

Gráfico 01: Sexo

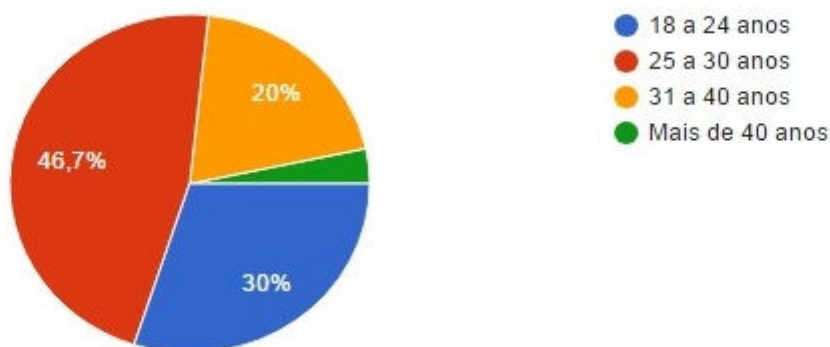
Sexo (30 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Gráfico 02: Idade

Idade (30 respostas)

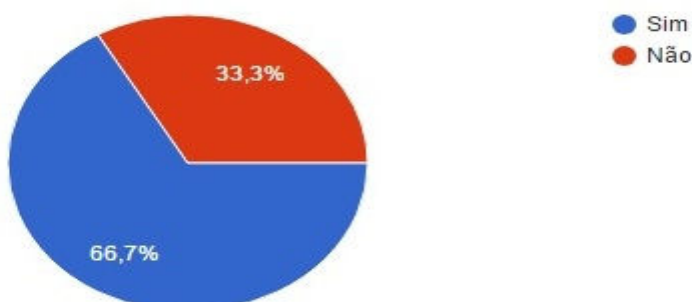


Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

As duas primeiras perguntas não estão diretamente relacionadas ao objetivo da pesquisa, mas foram colocadas para se obter uma base estatística do percentual de homens e mulheres que responderam a pesquisa, assim como a idade dos indivíduos. Como resultado, constatou-se que a maioria dos participantes possui entre 25 e 30 anos (um total de 46,7%), além de que 56,7% do total de interrogados eram do sexo feminino.

Gráfico 03: Trabalha atualmente?

Trabalha atualmente? (30 respostas)

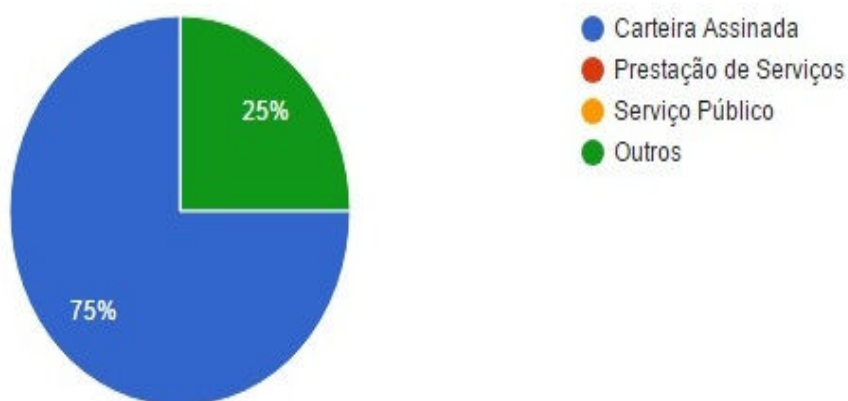


Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Com base nas informações do gráfico 3, podemos abrir uma discussão de duas vertentes: a primeira é que com 2/3 dos estudantes possuindo vínculos empregatícios, teoricamente, há um aumento do consumo e, conseqüentemente o fomento ao empreendedorismo. Em contrapartida, com o 1/3 de indivíduos fora do mercado de trabalho, há uma perda desse mercado consumidor, mas que, por outro lado, essas mesmas pessoas que por hora estão sem empregos formais, podem optar por tornar-se microempreendedores, seja pensando de uma forma temporária ou planejando fazer da atividade o seu meio de subsistência em longo prazo.

Gráfico 04: Se SIM, qual a forma de contratação?

Se SIM, qual a forma de contratação? (20 respostas)



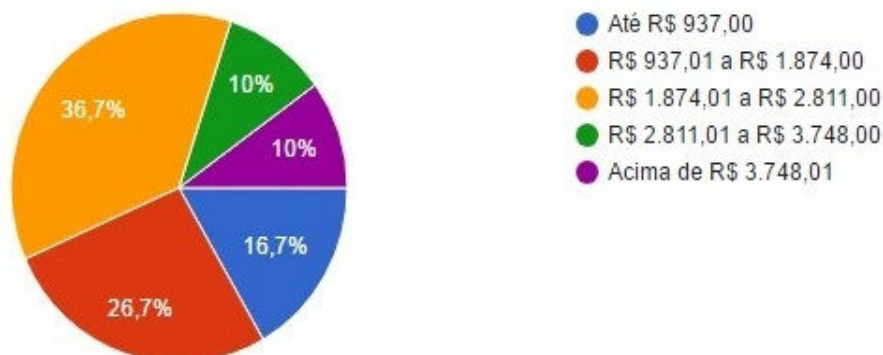
Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Os 20 estudantes que estão trabalhando, na sua grande maioria (15 pessoas ou 75 %) possuem contratos no regime da CLT, enquanto o restante dos indivíduos (5 pessoas ou 25%) marcou a opção "outros" e não especificou qual o seu tipo de contratação.

Assim, pode-se verificar que o regime de carteira assinada ainda predomina dentro do mercado de trabalho. Porém, os estudantes que não especificaram a sua forma de contratação, deixam margem para que suposições em relação à precarização das relações de trabalho sejam levantadas, pois esse é um fator que vem aumentando no decorrer do tempo.

Gráfico 05: Renda Mensal

Renda Mensal (30 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Este questionamento também não está diretamente ligado ao objetivo da pesquisa, mas foi evidenciado para que pudéssemos ter uma ideia do poder de compra da amostra avaliada (fator que fomenta o desenvolvimento do mercado empreendedor) e também a probabilidade de haver potenciais empreendedores. De acordo com os percentuais encontrados, por se tratarem de estudantes ainda em conclusão do nível superior, tendo a grande maioria entre 18 e 30 anos de idade (dados do gráfico 2), observamos que os mesmos estão adentrando no mercado de trabalho ou em ascendência dos seus ganhos salariais, enquanto que 20% já possui uma condição mais estabilizada dentro do cenário econômico.

Gráfico 06: Para você, nos dias atuais, qual o maior desafio para um empreendedor em Salvador?

Para você, nos dias atuais, qual o maior desafio para um empreendedor em Salvador?

(30 respostas)



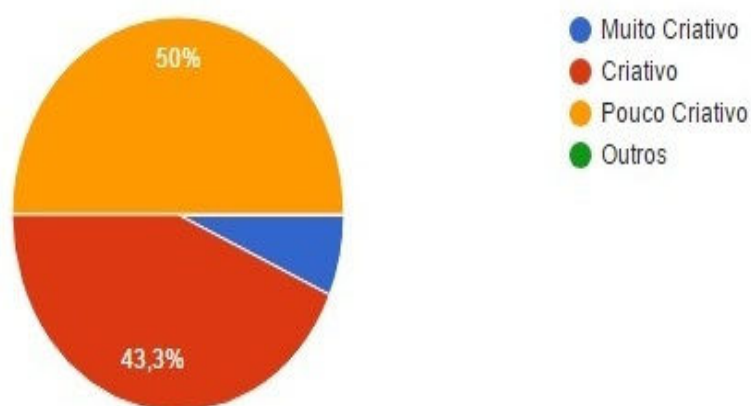
Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Nessa pergunta, os entrevistados tiveram a possibilidade de assinalar mais de uma alternativa e, por isso, apesar de 30 pessoas terem sido interrogadas, tivemos o total de 45 marcações. A proposição que obteve o maior número de marcações foi a que se refere à “instabilidade econômica” com 56,7%, evidenciando a associação por parte dos alunos à grave crise política e econômica que o país está atravessando atualmente.

Além disso, podemos constatar também, que os demais aspectos também possuem uma relevância na avaliação dos entrevistados, tendo em vista que todas as demais alternativas (com exceção da opção “outros”) obtiveram no mínimo 7 marcações.

Gráfico 07: O que você pensa sobre o empreendedorismo soteropolitano?

O que você pensa sobre o empreendedorismo soteropolitano? (30 respostas)

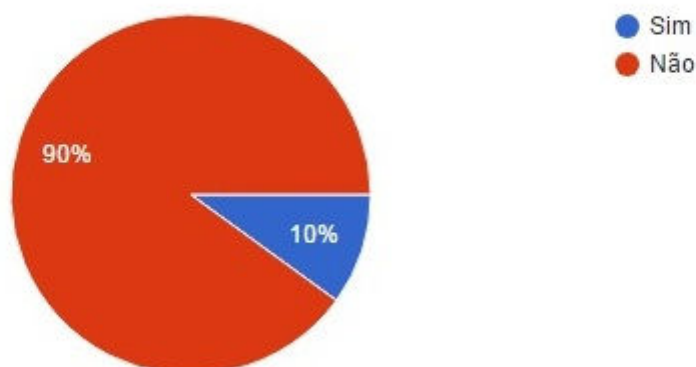


Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Nesta indagação, podemos evidenciar um equilíbrio de opiniões dos estudantes em relação à criatividade dos empreendedores da cidade de Salvador. Metade dos entrevistados (15 indivíduos) acredita que o empreendedorismo em Salvador é “pouco criativo”, enquanto 13 pessoas declararam que o acham “criativo” e os outros 2 disseram que consideram “muito criativo”, deixando claro que a percepção sobre o aspecto criativo dos empreendedores em Salvador fica dividido na ótica dos entrevistados.

Gráfico 08: Possui inscrição como pessoa jurídica?

Possui inscrição como pessoa jurídica? (30 respostas)

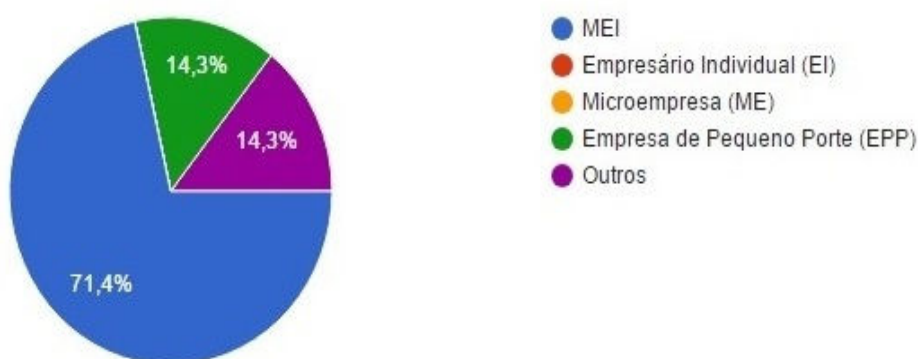


Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

De acordo com a amostra analisada, obtemos o resultado de que apenas 10% dos entrevistados, ou seja, 3 indivíduos possuem inscrições como pessoas jurídicas. A partir desses dados, podemos observar que por se tratar de uma pesquisa feita com estudantes, apenas uma minoria aposta na constituição de um PJ para empreender paralelo à sua graduação.

Gráfico 09: Qual o tipo empresarial?

Qual o tipo empresarial? (8 respostas)



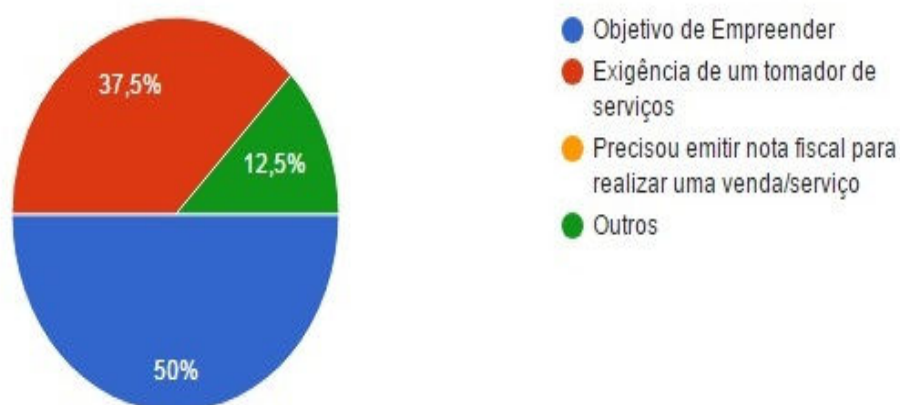
Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Nesta análise, percebemos que a grande maioria dos entrevistados, dentro do universo daqueles que possuem “PJ’s”, são micro empreendedores individuais. Podemos associar isso à questão da facilidade para a constituição do MEI, a carga tributária mais baixa e bastante simplificada (pois trata-se de uma variação do simples nacional) e à questão da renda mensal que foi analisada no gráfico 5.

Todavia, é de se salientar também o fato de haverem estudantes que declararam que já possuem empresas de portes maiores, o que é um fato mais difícil de ocorrer.

Gráfico 10: Por que constituiu a pessoa jurídica?

Por que constituiu a pessoa jurídica? (8 respostas)

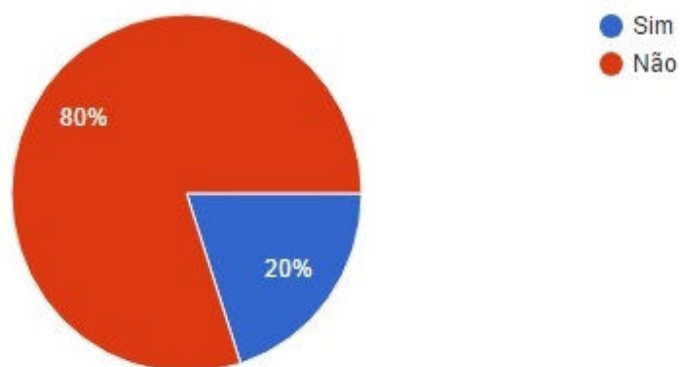


Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Embora 50% dos estudantes que possuem empresa afirmem que constituíram a PJ com o objetivo de empreender (que deveria ser o objetivo de todo empreendedor, mas esbarra na necessidade em ter um CNPJ apenas para concretizar um serviço, muitas vezes esporádico), podemos perceber uma forte tendência do fenômeno da “pejotização”, tendo em vista que 37,5% dos entrevistados declararam que por exigência de um tomador de serviços precisou emitir a nota fiscal, deixando margem para que suponhamos que esses clientes podem usar dessa prática para não arcar com o ônus trabalhista, caso partissem para uma contratação formal.

Gráfico 11: Você sabe o que é “pejotização”?

Você sabe o que é "pejotização"? (30 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Com base no gráfico acima, observamos que 80% dos indivíduos, ou seja, 24 estudantes não sabem o que é a “pejotização”. Assim como grande parte da população brasileira, a maioria dos discentes do curso de administração do IFBA, que foram entrevistados, desconhece essa prática que vem se tornando muito freqüente dentro do cenário econômico, e que se apresenta como uma grande ameaça à continuidade do desenvolvimento do empreendedorismo nacional e às relações de trabalho.

Figura 04: Se SIM, você observa isso no mercado? O que acha disso?

Se SIM, você observa isso no mercado? O que acha disso? (7 respostas)

Sim... Discordo em partes com a prática pois muitas pessoas (exceto aquelas com vontade de empreender) tentando ir na contramão da crise, acabam se submetendo a realização de trabalhos sem carteira assinada e abrindo mão dos seus direitos trabalhistas em virtude dá compensação financeira rápida!

Precarização do trabalho

Não. Não posso opinar.

Uma precarização das relações trabalhistas, sendo a pejotização uma imposição empresarial para se flexibilizar e diminuir custos no atual dinamismo do mercado.

Observo a prática. Acredito que tenha relação direta com o avanço da flexibilização/precarização do trabalho em contexto de desemprego estrutural crescente. A pejotização é um formato de contratação cujo objetivo maior das empresa que a praticam, além de reduzir custos, visa tratar a categoria trabalho como mercadoria, transferindo os encargos trabalhistas e previdenciários aos trabalhadores por conta própria.

Nao conheço.

Não acompanho.

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes do IFBA, 2017.

Nessa última etapa da pesquisa, os entrevistados que possuíam algum conhecimento em relação à pejotização, puderam (se houvessem interesses dos mesmos) discorrer sobre o tema e expressar suas opiniões.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do presente trabalho de investigação científica, foi possível compreender com um pouco mais de profundidade sobre o conceito do empreendedorismo, a questão do avanço da formalização dos empreendedores brasileiros, com uma ênfase maior no cenário soteropolitano e como estão sendo tratadas as relações de trabalho dentro desse contexto, dando uma maior ênfase para o fenômeno da “pejotização”. Buscou-se então analisar as percepções em relação ao tema dos estudantes de administração do IFBA.

A crise política e social do país está pondo em risco a expansão do empreendedorismo. De acordo com os estudos e pesquisas das instituições de apoio aos micro e pequenos empreendedores, pode-se observar nos últimos tempos, um aumento no número de abertura de empresas, principalmente os MEI's, mas, em contrapartida, a taxa de mortalidade de empresas com menos ou até um ano de serviço é muito alta, levando a análises que partem desde os aspectos de planejamento e estratégia, plano de negócios e análise de riscos por parte dos novos empresários, até a questão do surgimento de novas estratégias para conseguir a flexibilização das leis trabalhistas, tais como fenômenos como a terceirização e a “pejotização”, que nos leva-se à reflexão de que muitos indivíduos podem estar constituindo uma pessoa jurídica com a finalidade de conseguir um contrato como prestador de serviço.

No estado da Bahia e na cidade do Salvador, observa-se que nos últimos anos houve um aumento das atividades empreendedoras, principalmente pela formalização de muitos trabalhadores informais. Pode-se observar que grande parte dos indivíduos soteropolitanos que empreendem na atualidade, o fazem por necessidade, ou seja, possuem seus negócios para suprirem suas necessidades. E justamente, por essas novas formalizações estarem ocorrendo, vêm junto a elas as questões sobre as relações de trabalho.

Nesse âmbito, buscou-se investigar um pouco sobre as opiniões dos alunos de administração do IFBA e responder ao seguinte problema de pesquisa: levando em consideração aspectos do empreendedorismo, o avanço da formalização e as relações de trabalho, como os estudantes de administração do IFBA de Salvador enxergam as atividades empreendedoras na cidade? Mas para

poder identificar tal posicionamento dos entrevistados, foi feita uma base conceitual em relação ao tema. A partir dos conhecimentos obtidos sobre “Empreendedorismo”, “Formalização” e “Pejotização” e dos resultados apresentados, buscou-se então abordar e debater os resultados encontrados por meio do questionário aplicado.

Foi aplicado um questionário fechado aos participantes, sendo 30 no total, que indicou quais as perspectivas e visões em relações ao empreendedorismo soteropolitano, bem como saber se os entrevistados estão ativos no mercado de trabalho e/ ou possuem algum tipo de negócio formalizado.

Os resultados obtidos indicaram que muitos alunos colocam a “instabilidade econômica” e os “tributos a pagar” como os grandes desafios para a formalização dos empreendedores em Salvador e a grande maioria dos entrevistados acredita que o empreendedorismo soteropolitano caracteriza-se por ser “pouco criativo”. Poucos entrevistados declararam possuir uma pessoa jurídica constituída, ao passo que a maioria destes constituiu um MEI e observando as declarações dos mesmos em relação ao motivo de ter aberto o “PJ”, constata-se que há um forte indício do fenômeno da “pejotização”, pois grande parte declarou que constituiu a empresa por exigência do tomador de serviços. O fator “pejotização”, por sinal, mostrou-se como uma situação desconhecida por grande parte dos entrevistados, pois a maioria nem sequer sabe a que a expressão está relacionada, caracterizando assim a população entrevistada como consciente das dificuldades para a formalização das atividades empreendedoras em Salvador, mas que em sua maior parte não tem muito conhecimento em relação à fatores que podem pôr em risco as relações de trabalho face à expansão do empreendedorismo.

Após essa análise dos questionamentos e dos perfis da amostra entrevistada, revela-se que os estudantes possuem um bom conhecimento em relação às dificuldades para a formalização do empreendedorismo soteropolitano, mas deixam um pouco a desejar no conhecimento de fatores de grande ameaça ao avanço empreendedor, como o fenômeno da “pejotização”, o que sugere que estes procurem auxílio nas instituições de apoio aos micro e pequenos empreendedores, sejam aqueles que já possuem uma pessoa jurídica constituída ou aqueles que vislumbram possuir uma PJ, para assim possuírem uma maior *expertise* na atuação de suas atividades.

Espera-se, que a partir da pesquisa realizada, os indivíduos possam

investigar mais acerca dos aspectos que podem fomentar ou travar o fomento da formalização do empreendedorismo soteropolitano, principalmente nos aspectos relacionados às questões das relações trabalhistas. O potencial para o crescimento da formalização dos empreendedores em Salvador é enorme, mas permeia pelo conhecimento de todos os fatores que podem potencializar ou regredir tal processo.

REFERÊNCIAS

ALVES, Murilo Rodrigues. **Avança empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,avanca-empreendedorismo-no-brasil,177427e> >. Acesso em: 10 de Janeiro de 2017.

ATARDE. **SEBRAE: Salvador é líder em novos negócios na Bahia**. Disponível em <<http://atarde.uol.com.br/economia/noticias/1733590-sebrae-salvador-e-lider-em-novos-negocios-na-bahia>> . Acesso em: 07 de Agosto de 2016.

BIRLEY, S; WESTHEAD, P. A. **Comparison of new firms in “assisted” and “nonassisted” areas in Great Britain**. In: Entrepreneurship & Regional Development, 1993, v.4, p. 299-338.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.

COUTO FILHO, Eduardo Soares do e RENAULT, Luiz Otávio. **A “pejotização” e a precarização das relações de Trabalho no Brasil**. Disponível em: <http://www.fmd.pucminas.br/Virtuajus/1_2009/Docentes/Pejotizacao%20Renaul.pdf> Acesso em: 20 de Janeiro de 2017.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa**. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DUTRA, Ivan de Souza; PREVIDELLI, J.J. **Perfil do Empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor**. IN: XXVII Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração. Anais... Atibaia, SP. CD ROM. São Paulo-SP, 2003.

ENDEAVOR. **Os principais tributos que todo empreendedor precisa conhecer.** Disponível em: <<https://endeavor.org.br/os-principais-tributos-que-todo-empendedor-precisa-conhecer/>> Acessado em: 13 de Outubro de 2016.

FELIPPE, Maria Inês. **Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial.** Sala do Empresário, São Paulo, 1996, v.4, n.16, p10-12 (suplemento).

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de *Administração*, São Paulo, SP, v. 34, n.2, p 05-28, abr. 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.

HISRICH, Robert D. e PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LAVILLE, Christian e DIONNE, Jean. **A construção do saber.** Reimpressão 2008. P 97 – 102. Ed. UFMG.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Recife, Bagaço, 2000.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing.** 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PEREIRA, Leone. **Pejotização: O trabalhador como pessoa jurídica**. 1ª edição 2013. Editora Saraiva.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 6. ed. 2. São Paulo: Atlas, 2008.

SANTOS, Ronaldo Lima dos. **Fraudes nas relações de trabalho: morfologia e transcendência**. Disponível em: <<http://boletimcientifico.esmpu.gov.br/boletins/bc-28-e-29/fraudes-nas-relacoes-de-trabalho-morfologia-e-transcendencia>>. Acesso em: 30 de Março de 2017.

SEBRAE. **Conheça quem somos**. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/quem_somos?codUf=5> . Acessado em 06 de Agosto de 2016.

SEBRAE. **Radar SEBRAE Bahia**. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/sebraeaz/radar-sebrae-bahia,efee496778896510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acessado em 22 de Março de 2017.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1934.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VIEIRA, M. M. F. e ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

APÊNDICE A – MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO

O avanço da formalização do empreendedor brasileiro: relações de trabalho e o cenário soteropolitano

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O aceite deste termo é obrigatório conforme Resolução CONEP 466/12 e 510/2016, como também para a sua segurança no que tange aos aspectos éticos da pesquisa. A presente pesquisa está enquadrada no Art. 1º, Parágrafo único, incisos I e VII da Resolução 510/2016.

Convido o(a) Sr(a). a participar da pesquisa “O avanço da formalização do empreendedor brasileiro: relações de trabalho e o cenário soteropolitano” realizada pelo aluno Danilo Pereira de Souza, graduando do curso de Administração do Instituto Federal da Bahia (IFBA) Campus Salvador, sob

a orientação da Professora Dra. Laíla Rodrigues Soares. A supracitada pesquisa visa investigar o grau de conhecimento dos estudantes do IFBA em relação ao empreendedorismo, o processo de formalização e as relações de trabalho. Para tal objetivo, será feita uma pesquisa de opinião pública de caráter quantitativo com o instrumento de coleta de dados no formato de um questionário.

Caso aceite participar, o(a) Sr(a). preencherá um questionário com questões fechadas em escala. As informações colhidas auxiliarão na obtenção de maior conhecimento a respeito do conhecimento e percepção em relação ao empreendedorismo no Brasil e principalmente em Salvador, bem como a formalização dos negócios e as relações de trabalho.

No decorrer de todo o questionário serão respeitados seus valores culturais, sociais, morais, religiosos, éticos, bem como seus hábitos e costumes. Assegurase que seu anonimato será

garantido e sua imagem pessoal preservada. No caso da referida pesquisa, os procedimentos envolvidos no estudo não oferecem nenhum risco físico aos participantes. Os possíveis riscos do estudo podem estar relacionados com o constrangimento ou a desconfiança. Em caso dessa ocorrência, o pesquisador não irá aplicar o questionário ao (a) entrevistado (a), assegurando o seu direito de não participar.

Se depois de consentir em sua participação o(a) Sr(a). desistir de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O(a) Sr(a). não terá nenhuma despesa, assim como não receberá nenhuma remuneração. Ressalta se que as informações aqui disponibilizadas são estritamente confidenciais e constarão no relatório final de cunho estritamente acadêmico. Assim, os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas a sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo. Os dados serão armazenados pelo pesquisador no período de 05 anos, e após isso os dados serão destruídos.

No caso de necessidade de maiores esclarecimentos ou dúvidas poderá entrar em contato com o pesquisador responsável, localizada na Rua Emídio Santos, s/n, Barbalho, Pavilhão P, Sala P106, Salvador BA

CEP:

40301015,

número de telefone (71) 21029499

ou poderá entrar em contato

com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/IFBA, Av. Araújo Pinho, Nº 39 Canela

Salvador

BA

40.110150,

telefone (71)32210332.

Os resultados desta pesquisa poderão ser divulgados em eventos científicos como seminários, simpósios, congressos e trabalhos científicos (artigos).

***Obrigatório**

1. Nome Completo *

2. Se for da sua vontade participar desta pesquisa, pedimos que assine a primeira opção abaixo **Marcar apenas uma oval.*

Fui informado (a) sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa da minha colaboração, e entendi a explicação. Por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ganhar nada e que posso sair quando quiser.

Não quero participar deste projeto.

3. Sexo **Marcar apenas uma oval.*

- Feminino
- Masculino

4. Idade **Marcar apenas uma oval.*

- 18 a 24 anos
- 25 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- Mais de 40 anos

5. Trabalha atualmente? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

6. Se SIM, qual a forma de contratação?*Marcar apenas uma oval.*

- Carteira Assinada
- Prestação de Serviços
- Serviço Público
- Outro: _____

7. Renda Mensal **Marcar apenas uma oval.*

- Até R\$ 937,00
- R\$ 937,01 a R\$ 1.874,00
- R\$ 1.874,01 a R\$ 2.811,00
- R\$ 2.811,01 a R\$ 3.748,00
- Acima de R\$ 3.748,01

Continuando...

8. Para você, nos dias atuais, qual o maior desafio para um empreendedor em Salvador? **Marque todas que se aplicam.*

- Concorrência
- Capacidade de inovação
- Tributos a pagar
- Instabilidade da economia
- Outro: _____

9. O que você pensa sobre o empreendedorismo soteropolitano? *

Marcar apenas uma oval.

- Muito Criativo
- Criativo
- Pouco Criativo
- Outro: _____

10. Possui inscrição como pessoa jurídica? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
-

11. Qual o tipo empresarial?

Marcar apenas uma oval.

- MEI
- Empresário Individual (EI)
- Microempresa (ME)
- Empresa de Pequeno Porte (EPP)
- Outro: _____

12. Por que constituiu a pessoa jurídica?

Marcar apenas uma oval.

- Objetivo de Empreender
- Exigência de um tomador de serviços
- Precisou emitir nota fiscal para realizar uma venda/serviço
- Outro: _____

13. Você sabe o que é "pejotização"? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

14. Se SIM, você observa isso no mercado? O que acha disso?

Powered by

