



# A PERCEPÇÃO DE PEQUENOS E MÉDIOS EMPREENDEDORES DE NAVEGANTES SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE CRIAM AMBIENTES FAVORÁVEIS AOS NEGÓCIOS

AMARAL, Paulo.  
Bacharel em  
Administração  
(SINERGIA).  
pauloamaral.1997@outlook.  
com

BUCIOR, Elvis Roni.  
Bacharel em  
Administração;  
Especialização em  
Marketing Empresarial, em  
Gestão Financeira e em  
Docência no Ensino  
Superior. Mestre em  
Administração.  
Professor da Faculdade  
Sinergia.  
Orientador.  
elvis.bucior@sinergia.edu.  
br  
<http://lattes.cnpq.br/9955449065669335>

AMARAL, Paulo; BUCIOR, Elvis Roni. A percepção de pequenos e médios empreendedores de Navegantes sobre as políticas públicas que criam ambientes favoráveis aos negócios. **REFS – Revista Eletrônica da Faculdade Sinergia**, Navegantes, v. 14, n. 23, p. 55-66, jan./jul. 2023.

## RESUMO

Este trabalho reúne a percepção de empreendedores do município de Navegantes sobre políticas públicas que criam um ambiente favorável aos negócios. O objetivo geral do mesmo é identificar a percepção de pequenos e médios empreendedores do município de Navegantes/SC a respeito de políticas públicas que criam um ambiente favorável aos negócios. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de campo, utilizando-se de instrumento de entrevista, com a participação de 48 respondentes, de forma a obter os dados que alcançassem os resultados objetivados, portanto tem abordagem quantitativa; já quanto aos objetivos, caracteriza-se como uma pesquisa descritiva. Apesar da atenção e de energia direcionadas no sentido de criar um ambiente de negócios favorável a pequenos e médios empreendedores desde 2019, a maioria dos respondentes apresentam incerteza, desconhecimento e não se utilizam de políticas públicas que visem criar um ambiente de negócios favorável em Navegantes.

**Palavras-chave:** empreendedorismo; políticas públicas; percepção.

## INTRODUÇÃO

Empreendedorismo, palavra constante na mídia, no cotidiano do brasileiro, em discursos políticos e tema de estudos é sinônimo de ousadia e, segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM - programa de pesquisa de abrangência mundial - significa ter o próprio negócio, e ocupa o terceiro lugar entre os sonhos dos brasileiros, muito a frente do sonho de fazer carreira em uma empresa, que ocupa o oitavo lugar (GEM, 2020).

Existe uma expressão entre empreendedores brasileiros - tanto os que obtiveram sucesso no seu empreendimento, quanto aqueles que não tiveram êxito e encerraram suas atividades - “No Brasil não é fácil empreender”, isso se deve a alta carga tributária, burocracia excessivas e leis trabalhistas rígidas, levando a certeza que sim, não é fácil empreender. Em nível municipal, se faz necessário identificar quais são os principais fatores que podem ser identificados sob a perspectiva do empreendedor que dificultam a atividade empreendedora.

Mesmo com dificuldades que levam empreendedores brasileiros a utilizar a expressão “No Brasil não é fácil empreender”, existe uma outra expressão ainda mais popular no Brasil, “O brasileiro nunca desiste”, tanto que, segundo o GEM (após pesquisa conduzida pelo IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade e SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o maior estudo referente a dinâmica empreendedora), no ano de 2019, a taxa de empreendedores no Brasil perfazia um total de 38,7% da população adulta (18-64 anos), índice ligeiramente superior ao ano anterior - 2018, sendo a segunda mais alta da série histórica que iniciou no ano de 2002, revelando mais uma vez o quanto o empreendedorismo é presente e sentido no cotidiano de grande parte dos brasileiros (GEM, 2020).

Esse índice apresenta uma quantidade crescente de empreendedores que, por necessidade ou oportunidade, decidem empreender e somar a coletividade, gerando empregos, pagando impostos e movimentando

a economia, por conseguinte, beneficiando a sociedade.

No entanto, mesmo com benefícios expressivos para a sociedade, empresas continuam fechando as portas no País. No ano de 2017, 22.932 empreendimentos encerraram suas atividades. Em quatro anos de saldos negativos consecutivos, o Brasil já perdeu 316.680 empresas, segundo dados apurados pela Demografia das Empresas e Empreendedorismo 2017 – IBGE (ESTADÃO..., 2019).

Uma vez observado que mesmo com um número crescente de brasileiros dispostos a empreender, dados apontam que nos últimos anos encerram-se mais empresas do que abriram, o que pode ser identificado também em nível municipal, e os fatores apurados, então, poderão determinar as maiores causas e quais as ações que o poder municipal pode tomar para reverter esse quadro e fomentar o empreendedorismo.

O conceito de empreendedor, atualmente vem transcendendo a barreira de trabalhadores autônomos ou dos que dão início a uma empresa e tem sido empregado no campo dos estudos organizacionais. O conceito de empreendedor institucional (*institucional entrepreneur*) tem forte influência dos estudos de Paul DiMaggio, pioneiro nesse tema, do contexto do novo institucionalismo organizacional.

Para o autor, o empreendedor é um ator que persegue seus interesses de maneira intencional, promovendo alterações nos arranjos institucionais. Nessa perspectiva, novas instituições – ou mudanças em instituições já existentes - seriam o produto da ação de indivíduos munidos de recursos e que percebem a oportunidade de realizar seus próprios interesses (DIMAGGIO, 1988 *apud* CAPELLA, 2016, p. 3).

Ou seja, além da concepção popular de empreendedor, que seria alguém iniciando um negócio e constituindo um CNPJ, o autor explora as possibilidades que vão além, são empreendedores dentro de empresas que não foram iniciadas por eles, mas inovam e trazem valor para um negócio ou serviço já existente.

O objetivo geral do presente estudo é identificar a percepção de pequenos e médios empreendedores do município de Navegantes/SC a respeito de políticas públicas que criam um ambiente favorável aos negócios. Para tanto, são objetivos específicos: (a) caracterizar o município de Navegantes e informações essenciais sobre economia e empreendedorismo local; (b) verificar o conhecimento do empresariado de Navegantes acerca de iniciativas públicas ou privadas que incentivem um ambiente favorável aos negócios; e (c) identificar incentivos e/ou demandas para que o município utilize melhor o potencial existente.

O delineamento do presente estudo o caracterizou como uma pesquisa de campo, de abordagem quantitativa, utilizando-se de entrevista para a coleta de dados, aplicada no ano de 2022 e que contou com 48 respondentes, exclusivamente empreendedores do município de Navegantes. Quanto aos objetivos, é uma pesquisa descritiva. Para desenvolvimento, foram consultados dados do estudo sobre atividades empreendedoras no mundo através do monitoramento de empreendedorismo global ou GEM, informações do SEBRAE e autores como Bezerra (2014) e Gomes, Alvez e Fernandes (2013), entre outros.

## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 1.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo é recente e “[...] é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação” (DOLABELA, 1999, p. 43).

Segundo Schumpeter (1985, p. 49 *apud* MARTES, 2010, p. 260-261), o indivíduo

empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: 1) "introdução de um novo bem"; 2) "introdução de um novo método de produção"; 3) "abertura de um novo mercado"; 6) "conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens

Ao observar a carência de estudos na área pública que visam identificar fatores que, sob a perspectiva empreendedora, dificultam empreender no município de Navegantes, e ao mesmo tempo compreender a importância do empreendedorismo para um Município no que tange a geração de empregos, renda, impostos e em alguns casos solução de problemas sociais, esta pesquisa buscará identificar junto a empreendedores locais fatores que dificultam a atividade empreendedora.

Além da carência de estudos na área pública envolvendo fatores que dificultam empreender no município de Navegantes, existe a motivação pessoal do autor, que beneficiado com uma bolsa integral do ProUni, tem o anseio de retornar para a sociedade o investimento aplicado no mesmo.

Em suma, apesar da atenção e de energia direcionadas no sentido de criar um ambiente de negócios favorável a pequenos e médios empreendedores desde 2019, a maioria dos respondentes apresentam incerteza, desconhecimento e não utilização de políticas públicas que visem criar um ambiente de negócios favorável em Navegantes.

semimanufaturados; 7) constituição ou fragmentação de posição de monopólio.

A cerca do tema, historicamente, Custódio (2011, p. 14-15) relembra que:

Na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção (SEBRAE, 2007, p. 6).

Nesta época os empreendedores não corriam riscos, pois trabalhavam com recursos geralmente fornecidos pelo governo. Como exemplo de empreendedores da Idade Média tem os clérigos, que eram encarregados de obras arquitetônicas. [...]

No século XVI os europeus desbravaram o mundo, época esta que ficou conhecida como o período das grandes navegações. Holandeses, ingleses, portugueses e espanhóis são os grandes representantes desse movimento, expandindo suas missões empreendedoras as demais continentes do mundo.

A inteligência e a eficácia do trabalho humano cresceram de tal forma que surgiu o mercantilismo, para dar vazão ao acúmulo da produção de mercadorias e alimentos, sendo o mesmo a semente de tudo que conhece – se hoje em termos de empreendedorismo.

No Brasil, Irineu Evangelista de Sousa - o Barão de Mauá, descendente dos primeiros empreendedores portugueses, merece destaque, afinal foi responsável pela fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, guindastes, prensas, engenhos de açúcar, armas e tubos para encanamentos de água, ainda, pela organização de companhias de navegação a vapor no Rio Grande do Sul e no Amazonas; a primeira ferrovia brasileira entre Petrópolis e Rio de Janeiro implantada em 1852; em 1854, também implantou uma companhia de gás para suprir a iluminação pública do Rio de Janeiro; já em 1856 inaugurou entre Petrópolis e Juiz de Fora o trecho inicial da União e Indústria - primeira rodovia pavimentada do país. Seu legado foi tamanho que ele ainda hoje é reconhecido como uns dos primeiros grandes empreendedores do Brasil (ALFREDO, 2009 *apud* CUSTÓDIO, 2011).

Ao longo do século XX, outros empreendedores marcaram a história brasileira, como: Valentim dos Santos Diniz - fundador da rede de supermercados Pão de Açúcar; Guilherme Guinle - proprietário da Companhia Docas de Santos, da Companhia Siderúrgica Nacional e responsável pela abertura do primeiro poço de petróleo no Brasil; Wolff Klabin e Horácio Lafer, - criadores da primeira grande indústria de celulose brasileira, a Klabin; José Ermírio de Moraes, do Grupo Votorantim.

Para Maximiano (2006, p. 6), apesar das grandes dificuldades, há algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo no Brasil, afinal, nos últimos anos “[...] foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo”. O Sebrae popularizou o termo empreendedor, como resultado de ser “[...] um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro,

que busca junto à essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio”, afirma Dornelas (2001, p. 38).

De acordo com IFC - International Finance Corporation, em 2007, as micros, pequenas e médias empresas (MPMEs) representavam nas economias desenvolvidas, aproximadamente, 98% do total das empresas; na economia representam 60% do emprego formal, assim como 50% do Produto interno Bruto – PIB. Em contrapartida, nas economias menos desenvolvidas, as MPMEs representam 30% do emprego formal e apenas 10% do Produto interno Bruto – PIB, o que demonstra grande desigualdade nas economias e ao mesmo tempo que a atividade empreendedora tem grande peso no desenvolvimento econômico (IFC, 2007 *apud* GOMES; ALVES; FERNANDES, 2013).

## 1.2 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O EMPREENDEDORISMO

Política pública pode ser resumida, segundo Souza (2006, p. 26),

[...] como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, “colocar o governo em ação” e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real.

A mais conhecida tipologia sobre política pública, talvez, foi desenvolvida por Theodor Lowi, a qual alude que “política pública faz a política”. “Com essa máxima Lowi quis dizer que cada tipo de política pública vai encontrar diferentes formas de apoio e de rejeição e que disputas em torno de sua decisão passam por arenas diferenciadas” (SOUZA, 2006, p. 28).

O conceito de políticas públicas no setor público tem a mesma simbologia do conceito usado no setor privado, tratam-se de planos de ação voltados para o futuro (MINTZBERG; JORGENSEN, 1995). Dessa forma, o papel desempenhado pelas micro e pequenas

empresas (MPE), no Brasil, num movimento consistente e crescente desde 1985, asseguram juntas para a economia brasileira cerca de 27% do valor adicionado ao PIB do país, conforme aponta o estudo, “Participação das MPE na economia nacional e regional” elaborado pelo Sebrae e pela Fundação Getúlio Varga – FGV, em 2011 (SEBRAE, c2021). Assim, no que diz respeito ao papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, é importante considerar que o empreendedorismo tem sido apontado como um dos principais fatores para o crescimento econômico.

Sendo o empreendedorismo o processo pelo qual indivíduos identificam oportunidades, iniciam novos negócios ou transformam ideias em inovações empresariais (GOMES; ALVES; FERNANDES, 2013), existem diversas maneiras de se promover a ação empreendedora, e cada país ou região tem suas próprias estratégias e abordagens. No entanto, algumas questões são consideradas chaves para o sucesso de qualquer iniciativa:

- o empreendedorismo deve ser incentivado desde a educação básica, para que as pessoas cresçam acostumadas a pensar de forma inovadora e criativa;
- as políticas públicas devem ser claras e simples, de forma a não criar barreiras desnecessárias para o surgimento e o crescimento de novos negócios;
- é preciso criar um ambiente favorável ao empreendedorismo, com acesso a capital, à informação e ao conhecimento, bem como a oportunidades de networking (GOMES; ALVES; FERNANDES, 2013).

Apesar de estudos (hipótese schumpeteriana) terem foco primário nas micro, pequenas e médias empresas e seus impactos positivos na sociedade como a geração de empregos, crescimento econômico e inovação social e tecnológica, também é observado “[...] desenvolvimento da cadeia produtiva das empresas multinacionais (EMNs) e desenvolvimento de iniciativas de sustentabilidade” (GOMES; ALVES; FERNANDES, 2013, p. 18).

É notório que, nos últimos anos, a economia mundial tem feito avanços significativos na área de tecnologia, fazendo com que diversos setores das sociedades sejam beneficiados com a facilidade de acesso à informação, redução de custos, simplificação de produtos e serviços e aumento da qualidade de vida. Nesse cenário de descentralização, o pequeno e médio empreendedor conquistou o protagonismo na economia, espaço outrora ocupado apenas por grandes organizações. Assim, o desenvolvimento econômico passou a ser visto como um processo a ser alcançado através da inclusão social, do fomento às micro e pequenas empresas e do incentivo à criação de empregos, fenômeno que uma vez percebido incentivou a formulação de políticas públicas que foram setorizadas com a finalidade de serem efetivas ao público que procuram atender.

Frente a relação que se desenvolvia do poder público com as pequenas e médias empresas, estudiosos como Lundström e Stevenson (2005 *apud* BEZERRA *et al.*, 2014), desenvolveram um modelo propondo que políticas públicas de empreendedorismo são tipificadas de acordo com sua finalidade, categorizadas como: políticas de empreendedorismo; políticas de desenvolvimento da educação empreendedora; políticas de redução das barreiras de entrada e saída; políticas de financiamento; políticas de suporte ao empreendedor; e políticas de suporte a grupos específicos. Essas categorias de classificação das políticas e sua descrição podem ser observadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias de políticas de empreendedorismo

<b>Categoria</b>	<b>Foco da Política</b>
Cultura Empreendedora	Valorização do empreendedorismo na sociedade
Educação Empreendedora	Difusão do empreendedorismo no sistema educacional e preparação de estudantes para a carreira empreendedora
Barreira de Entrada e Saída	Diminuição das barreiras de entrada ou de saída para as novas empresas
Suporte ao Empreendedor	Capacitação e consultoria para empreendedores
Financiamento	Financiamento de novos negócios
Suporte a Grupos Específicos	Apoiar o empreendedorismo em grupos sub-representados no mercado ou prioritários

Infraestrutura Pública	Desenvolver infraestrutura pública necessária ao desenvolvimento de novos negócios
Tecnologia e Inovação	Promover o desenvolvimento e difusão de tecnologias e inovações

Fonte: Lundström e Stevenson (2005 *apud* BEZERRA *et al.*, 2014, p. 10).

Nesse contexto, para o empreendedor de pequeno porte é fundamental o acesso ao crédito, o qual pode ser obtido de diversas formas, dentre elas, através de políticas de financiamento que disponibilizem recursos para investimentos no empreendimento. Dentre as políticas de financiamento existentes, especificamente para pequenos empreendedores, tem-se o Microcrédito, que pode ser obtido por diversos canais, dentre eles, através do Banco do Povo, Banco do Brasil, BNDES, com a finalidade de fornecer microcrédito como um instrumento financeiro. O acesso ao crédito oportuniza aos empreendedores a possibilidade de inovação,

## 2 METODOLOGIA

O delineamento do presente estudo o caracterizou principalmente como uma pesquisa de campo, de abordagem quantitativa. Quanto aos objetivos, essa pesquisa caracteriza-se como descritiva, que, de acordo com Gil (2002) são os que mais condizem com o levantamento de dados.

Dentre as diversas técnicas de pesquisa existentes, a pesquisa de campo se apresenta como a que tem o maior potencial de extrair dados fidedignos quando se trata de ciências humanas. É aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, de descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. “Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los” (MARCONI; LAKATOS, 1999, p. 85). Para Gil (2002, p. 53), “o estudo de campo constitui o modelo clássico de investigação no campo da Antropologia, onde se originou. Nos dias atuais,

além de escalar e suportar variações de mercado e diminuir discrepâncias entre pequenos e médios empreendedores e grandes corporações, pois, como afirma Van de Vandre *et al.* (2009 *apud* BEZERRA *et al.*, 2014), a inacessibilidade ao crédito e ao financiamento reduz a competitividade e a expectativa de vida do empreendimento.

Finalmente, destaca-se que o governo municipal é um “[...] importante agente no processo de integração das organizações públicas e privadas para o fomento ao empreendedorismo [...]” (MORAIS, 2017, p. [16]). Sua proximidade com os atores locais possibilita “[...] um cenário propício para a criação de uma arena de formulação e implementação de políticas públicas que integre os diversos atores interessados em fortalecer a atividade empreendedora local” (MORAIS, 2017, p. [16]).

no entanto, sua utilização se dá em muitos outros domínios, como no da Sociologia, da Educação, da Saúde Pública e da Administração”.

Para coleta de dados dos empreendedores (sujeito de estudo), foi estruturada uma pesquisa de campo, aplicada na forma de um questionário, entre os dias 08 de junho e 19 de agosto de 2022, com 48 respondentes, exclusivamente empreendedores do município de Navegantes, organizados em quatro blocos; o primeiro trata-se de um filtro para que apenas os que de fato são empreendedores respondam: empresários, proprietário ou sócio de uma empresa, mesmo que não formalizada; o segundo bloco do questionário foi organizado para identificar o perfil dos respondentes, levando em consideração gênero, idade, grupo familiar e nível de escolaridade e a quanto tempo o respondente se considera empreendedor; o terceiro bloco teve por finalidade identificar características dos empreendimentos atuais dos respondentes, levando em consideração tempo das atividades do principal empreendimento,

faturamento mensal, segmento e quantidade de funcionários; e o quarto e último bloco do questionário consistiu especificamente em captar a percepção dos empreendedores acerca

de políticas públicas que incentivam um ambiente de negócios favorável no município de Navegantes.

### 3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

#### 3.1 EMPREENDEDORISMO EM NAVEGANTES

Localizado no sul do Brasil, litoral norte de Santa Catarina, integrante da macrorregião do vale do Itajaí e fundada em agosto de 1962, Navegantes era até então um bairro de Itajaí, que, apesar de fazer parte do perímetro urbano, pela situação geográfica, vivia em relativo abandono. Isso mudou a partir de 1962, quando, após assumir o *status* de município, a sociedade civil organizada junto com o poder municipal propunha e executava melhorias necessárias aos municípios.

Navegantes passou de uma vila de pescadores (quando fundada em 1962) para a cidade que mais cresce no estado de Santa Catarina segundo a última pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Apesar do progresso, Navegantes não perdeu as tradições já instauradas antes de sua fundação; ainda se faz presente no Município a culinária rica em frutos do mar, a atividade pesqueira e a construção naval, além da festa católica de nossa Senhora dos Navegantes, a qual reúne fiéis de todo Brasil.

Navegantes, desde antes de sua fundação, tem um histórico empreendedor; a margem esquerda, pela posição geográfica desfavorável, sofreu relativo abandono por anos, os moradores da região - que era chamada pontal, atualmente bairro São Pedro, empreendiam na atividade pesqueira, na captura do pescado, na venda, na construção de embarcações, e num pequeno comércio necessário para atender as demandas da vila de pescadores à época.

No entanto, após obter o *status* de município, Navegantes passou por um processo de urbanização e crescimento, que tendo as

atividades pesqueira e agrícola como principais fontes de arrecadação até 2007, passou por significativas mudanças com o início das operações da Portonave e estaleiros *off-shore*, principais vetores do crescimento populacional, fazendo a população de 57.324 em 2009 saltar para, aproximadamente, 85.734 em 2021 (IBGE, c2022).

Segundo IBGE (2021), Navegantes apresentou o maior crescimento percentual no PIB dentre os municípios de Santa Catarina, com crescimento de 22,5% em 2019 – representando R\$ 4.68 bilhões; com tal alcance, o Município ultrapassou São Francisco do Sul, assumindo a posição de 14ª maior economia do Estado.

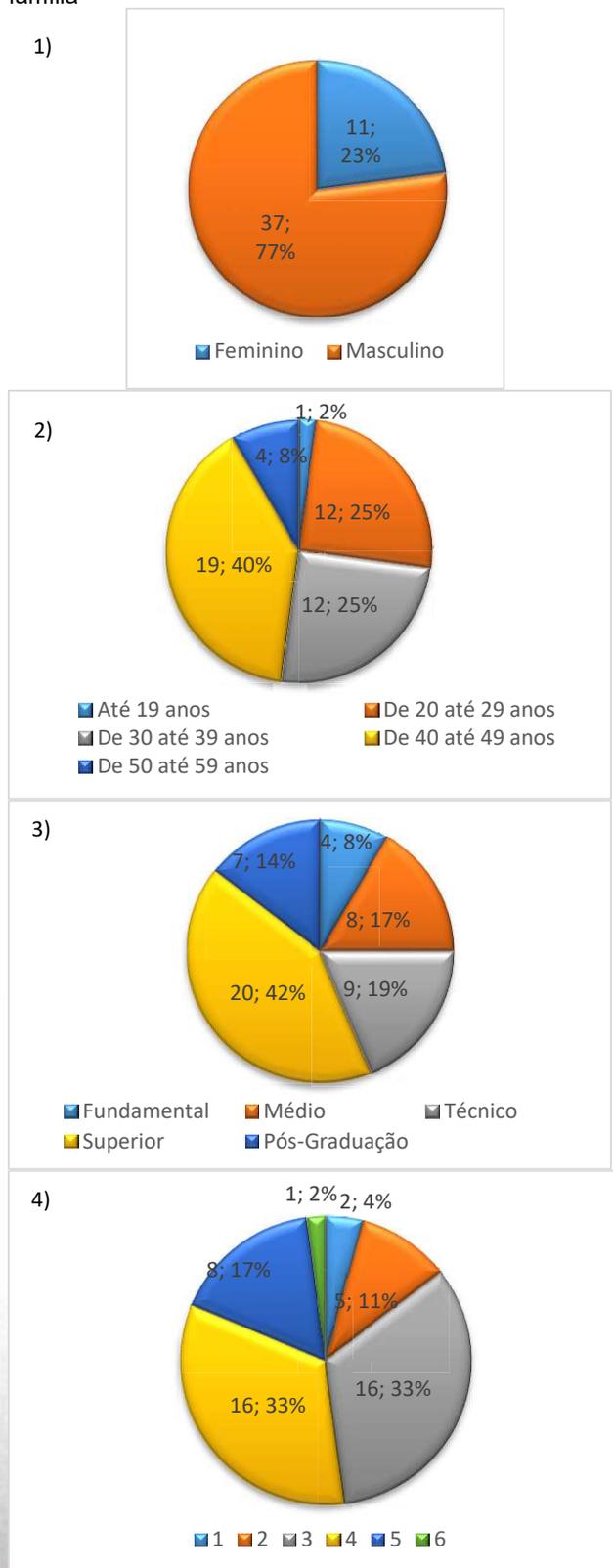
Já o PIB per capita (valor total do PIB dividido pelo número de habitantes) simultaneamente aumentou, chegando a média de R\$ 57.504,74 ao ano. Assim, Navegantes avançou 10 posições no ranking estadual - de 29º município com mais riquezas por habitante passou para 19º; tal prosperidade econômica é fruto da diversificação da economia, com a ascensão de setores como a construção civil, operações logísticas e a consolidação de setores tradicionais como a pesca e construção naval (NAVEGANTES, 2021).

#### 3.2 CARACTERIZAÇÃO E PERCEPÇÃO DE EMPREENDEDORES DE NAVEGANTES

Inicialmente, o questionário consistiu em filtrar os respondentes de modo que apenas os que de fato fossem empreendedores, empresários, proprietário ou sócio de uma empresa, mesmo que não formalizada, respondessem. Desta forma, 48 pessoas assinalaram positivamente e puderam dar sequência no preenchimento das respostas.

O bloco seguinte do questionário consistiu em identificar o perfil dos respondentes, considerando suas características pessoais (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Resumo do perfil dos respondentes. 1) Gênero; 2) Faixa etária; 3) Nível de escolaridade; 4) Constituição da família



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Dentre os respondentes, os homens são a maioria, representando dois terços no empresariado de Navegantes. Esse dado entra em conflito com o cenário nacional, de acordo com dados obtidos a partir da pesquisa realizada pelo GEM 2021, em que mulheres aparecem como 45,6% dos empreendedores no cenário nacional, limitação encontrada pela pesquisa (SEBRAE, 2022).

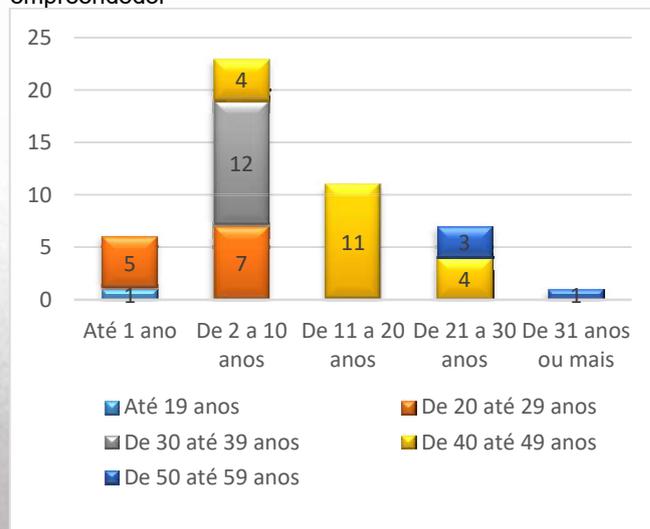
Em relação à faixa etária, fica evidente que a maioria entre as classes apresentadas corresponde à faixa etária de 40 a 49 anos, seguidos das faixas inferiores. Num geral, entre 20 a 49 anos, soma-se 43 respondentes.

Ainda, segundo o resultado da pesquisa do GEM 2021, 47% dos empresários têm pelo menos ensino médio completo, número que vai além dentre os respondentes desta pesquisa: 59% possui pelo menos ensino médio e dessa porcentagem, 42% possuem ensino superior (SEBRAE, 2022).

Quanto ao tempo que se considera como um empreendedor, conforme observado no Gráfico 2, percebe-se que a maioria dos respondentes afirmou atuar entre 2 e 10 anos, sendo que destes, a maioria possui entre 30 e 39 anos de idade. Obviamente, quanto maior for a faixa etária, maior é o tempo de atuação como empreendedor.

O que se destaca é a grande quantidade de empreendedores com 40 a 49 anos que atua com empreendedorismo nas três faixas de tempo, sendo de 2 até 30 anos.

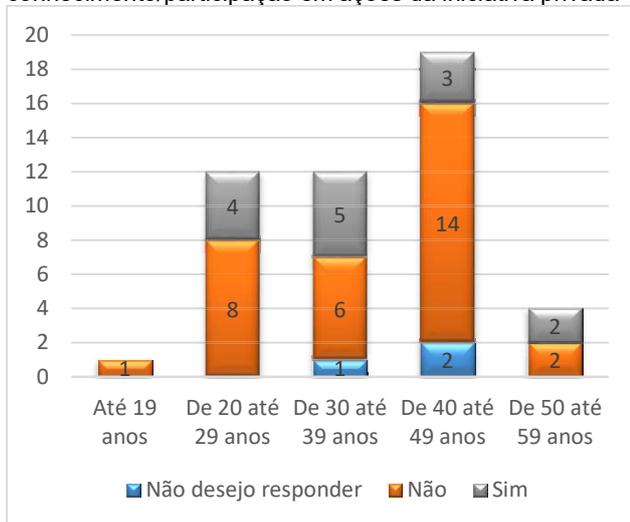
Gráfico 2 – Relação faixa etária X tempo como empreendedor



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Apesar da faixa etária de respondentes de 40 até 49 anos de idade ser a maioria dos empreendedores respondentes, conforme visualizado no Gráfico 3, a maioria não conhece ou participou de projetos, ações ou campanhas desenvolvidas pela iniciativa privada (associação de classe) de Navegantes voltadas a favorecer o empreendedor local. Proporcionalmente, percebe-se que empreendedores entre 20 e 39 anos (duas faixas) foram os que mais tiveram a oportunidade de conhecer ou participar.

Gráfico 3 – Relação faixa etária X conhecimento/participação em ações da iniciativa privada



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Com relação ao conhecimento de políticas públicas com a finalidade de criar um ambiente de negócios favorável ao empreendedor no município de Navegantes, os gráficos a seguir apresentam a quantidade e proporção dos respondentes que conhecem (Gráfico 4) e os que as utilizaram (Gráfico 5).

Gráfico 4 – Conhecimento de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

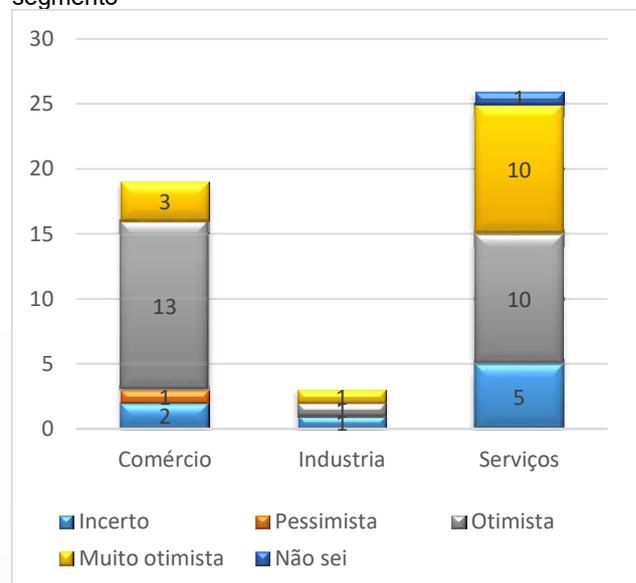
Gráfico 5 - Utilização das políticas públicas voltadas ao empreendedorismo



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

A partir do cruzamento de dados dos respondentes, foi possível identificar o sentimento do empresariado de Navegantes acerca do futuro, em seus respectivos setores de atuação, que se mostrou massivamente otimista e muito otimista (Gráfico 6), indicando um mercado pujante e em expansão em Navegantes frente ao crescimento populacional e diversificação da economia, o que eleva as perspectivas do empresariado do Município.

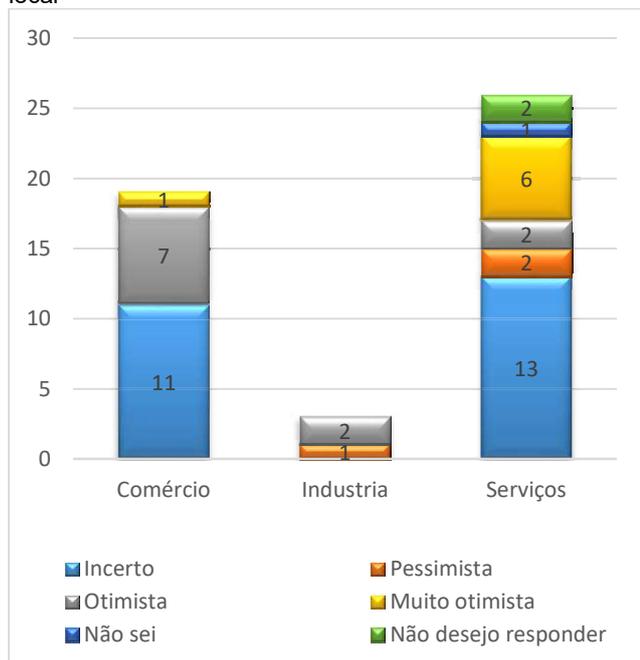
Gráfico 6 - Otimismo em relação ao futuro do setor por segmento



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Inversamente ao último gráfico, o Gráfico 7 apresenta um sentimento de incerteza predominante no empresariado de Navegantes, haja vista que mais da metade dos respondentes tem um sentimento de incerteza em relação ao desenvolvimento de políticas públicas de incentivo a um ambiente favorável de negócios no município de Navegantes.

Gráfico 7 - Otimismo em relação ao desenvolvimento de políticas públicas votadas para favorecer o empreendedor local



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

### 3.3 POLÍTICAS PÚBLICAS DE EMPREENDEDORISMO PARA NAVEGANTES

A criação de um ambiente favorável de negócios vai além de ações isoladas ou eventos promovidos pela prefeitura e associações de

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve o propósito de captar a percepção de pequenos e médios empreendedores de Navegantes sobre as políticas públicas que criam ambientes favoráveis aos negócios. Para tanto, foi estabelecido como objetivo geral identificar a percepção de pequenos e médios empreendedores do município de Navegantes a respeito de políticas públicas que criam um ambiente favorável aos negócios.

Desta forma, percebe-se que o trabalho atingiu seus objetivos considerando que as respostas coletadas através do questionário possibilitaram identificar a percepção dos pequenos e médios empreendedores do Município acerca de políticas públicas que incentivem um ambiente de negócios favorável,

classe, sim, são importantes, mas não deve se limitar somente a isso em vista do desafio constituído pelo fato que Navegantes é uma cidade nova, com apenas 60 anos e na maior parte desse tempo vista como uma cidade apenas para morar e quando o assunto era fazer carreira, empreender ou até mesmo fazer turismo, a população buscava por outras cidades.

Para mudar essa realidade, a iniciativa do poder público é fundamental no planejamento, execução e aperfeiçoamento de um processo apartidário e alicerçado na finalidade do bem comum e que dure mais que um ou dois mandatos, mas que seja duradouro e direcionado para se adequar a desafios futuros.

O desenvolvimento de um ambiente de negócios favorável ao empreendedor no município de Navegantes passa pela elaboração de metas para o alcance desse objetivo, alinhados com a sociedade e o empresariado do Município, com a finalidade do desenvolvimento de um ambiente de negócios favorável ao empreendedor baseadas no princípio do bem comum e, nesse sentido, criar um ambiente de negócios favorável no município de Navegantes.

que por sua vez se mostraram otimista em relação ao futuro do ambiente de negócios em Navegantes, frente a um cenário em que se aproxima a conclusão da BR-470 no trecho de Navegantes, privatização do aeroporto, recordes de movimentação de containers no porto de Navegantes e operadores logísticos de todo o Brasil escolhendo Navegantes para operar, configurando um cenário promissor para quem quer empreender no Município.

No entanto, quanto o assunto é iniciativas do setor público nesse sentido, percebe-se um clima de incerteza e ausência do conhecimento de políticas públicas que visem fomentar um ambiente de negócios favorável ao empreendedor.

Apesar dos respondentes apresentarem majoritariamente sentimento de incerteza, desconhecimento e não utilização de políticas públicas que visem criar um ambiente de negócios favorável em Navegantes, desde 2019 há uma atenção e energia direcionadas no sentido de criar um ambiente de negócios favorável a pequenos e médios empreendedores, haja vista leis e incentivos que buscam desburocratizar o processo de abertura

de empresas e de liberação de alvarás. O resultado dessas medidas pode ser aferido pela ferramenta do governo federal chamada Mapa de empresas, na qual Navegantes aparece em 8º lugar no ranking nacional de cidades no quesito agilidade na abertura de empresas, sendo possível também acompanhar que entre o ano de 2020 até o primeiro semestre de 2022, foram abertos 3.500 CNPJ's no Município.

## REFERÊNCIAS

- BEZERRA, E. *et al.* Políticas Públicas de Empreendedorismo no Brasil: levantamento e análise. *In*: Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 8. **Anais do VIII EGEPE**. Goiânia, mar. 2014.
- CAPELLA, A. C. N. Um estudo sobre o conceito de empreendedor de políticas públicas: ideias, interesses e mudanças. **Cad. EBAPE.BR**, v. 14, Edição Especial, Rio de Janeiro, jul. 2016.
- CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. 2011. 60 p. Monografia (Graduação em Administração) - Centro Universitário Católico Salesiano, Lins/SP, 2011.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- ESTADÃO DE MINAS – ECONOMIA. **Brasil perdeu 316.680 empresas em 4 anos de saldos negativos, diz IBGE**. Publicado em 17 out. 2019. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/10/17/internas\\_economia,1093539/brasil-perdeu-316-680-empresas-em-4-anos-de-saldos-negativos-diz-ibge.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/10/17/internas_economia,1093539/brasil-perdeu-316-680-empresas-em-4-anos-de-saldos-negativos-diz-ibge.shtml). Acesso em: 10 jul. 2021.
- GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil – GEM 2019**. Publicado em 22 jul. 2020. Disponível em: <https://empreender360.aliancaempreendedora.org.br/empreendedorismo-no-brasil-gem-2019/>. Acesso em: 15 jul. 2021.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES, M. V. P.; ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. (org.). **Políticas Públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, 2013.
- IBGE. **Navegantes - População**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/navegantes/panorama>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas: amostragens e técnicas de pesquisa: elaboração, análise e interpretação de dados**. 4. ed., 3. tir. São Paulo: Atlas, 1999.
- MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter - a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, n. 2 (118), p. 254-270, abr./jun., 2010.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MINTZBERG, H.; JORGENSEN, J. Una estratégia emergente para la política pública. **Gestión y Política Pública**, v. 4, n. 1, p. 25-46, jan./jul. 1995.
- MORAIS, M. C. A. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no âmbito municipal brasileiro: o caso de Belo Horizonte/MG**. 2017. 122 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa/MG, 2017.
- NAVEGANTES. **Navegantes é a cidade que mais cresce em Santa Catarina, de acordo com IBGE**. Publicado em 20 dez. 2021. Disponível em: <https://www.navegantes.sc.gov.br/noticia/17182/navegantes-e-a-cidade-que-mais-cresce-em-santa-catarina-de-acordo-com-ibge>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. c2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do->

pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD?utm\_source=blog&utm\_campaign=rc\_blogpost. Acesso em: 20 jul. 2021.

SEBRAE. **Número de empreendedores mais experientes volta a crescer, mesmo com reflexos da pandemia.** Notícias, Pesquisa GEM 2021: fev. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/gem-fev-2022.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.

SOUZA, C. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p. 20-45, jul./dez., 2006.