

Estudo das ações municipais de fomento às empresas na cidade de Chapecó-SC¹

Fostering enterprises: an study of the development policies by the municipal government of Chapecó – SC

Diogo Pereira dos Santos¹
Marianne Hoeltgebaum²

RESUMO

O estudo tem o intuito de identificar as reais contribuições das ações municipais de fomento a empresas beneficiadas no município de Chapecó-SC. Foram pesquisadas 75 empresas que receberam 143 incentivos/estímulos. Foram utilizadas a análise documental e a entrevista estruturada realizada por telefone como instrumentos de coleta de dados. Em 8 (oito) anos da gestão, 1997/2004, foram concedidos 143 (cento e quarenta e três) incentivos/estímulos, para 75 (setenta e cinco) empresas que participaram do processo de pedido e concessão e apenas 36 (trinta e seis) foram contempladas. As ações de fomento deveriam priorizar segmentos de empresas que o município tem condições técnicas, naturais e ambientais de desenvolver, focando a disponibilização dos recursos para poucas empresas, tornando os investimentos efetivos para a administração pública e suficientes para as empresas beneficiadas, com uma avaliação regular dos benefícios gerados para as empresas e o retorno para o município.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Políticas de fomento. Incentivos e estímulos municipais.

ABSTRACT

The Brazilian government, in the federal, state and municipal levels, makes use of laws, programs and actions to promote companies and the entrepreneurship. These actions aim at promote companies and the entrepreneurship in order to stimulate local economic development. The municipal administration should analyze the real contribution of the existing actions, aiming at an effective management and application of the resources destined to the benefit of companies, and thus making use of actions that really meet the needs of the benefited companies. This work's goal is to identify the real contributions of municipal promoting actions to companies benefited in the city of Chapecó-SC. The approach of the study is qualitative as to the problem under research and characterized as an exploratory research regarding its goals. As for the procedures, the research is defined as a survey. The population researched comprises 75 companies which have been granted 143 incentives/stimuli. Documental analysis and structured interviews carried out by telephone have been used as a tool to collect data.

Keywords: Promotion to companies. Municipal incentive. Entrepreneurship.

¹ Data de recepção: 16/10/2008. Data de aprovação: 03/11/2009. Data de publicação: 23/12/2009.

² Graduado em Administração pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC – Chapecó) e mestre em Gestão Estratégica de negócios pela Universidade Regional de Blumenau – FURB, atua como professor de Marketing da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ. diogop@unochapeco.edu.br

³ Graduada em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/ESAG), mestre em Administração pela Universidad de Alcalá de Henares e doutora em Administração pela Wissenschaftliche Hochschule Für Unternehmensführung. Atualmente, é professora titular da Fundação Universidade Regional de Blumenau, e atua nos Programas de Pós-Graduação em Administração e Ciências Contábeis. marianne@furb.br

1 INTRODUÇÃO

Existe uma grande preocupação na região oeste de Santa Catarina, com relação à diversificação da economia, bem como a independência da agroindústria que predomina o cenário econômico.

Com a desvinculação da economia agroindustrial, busca-se o crescimento e o desenvolvimento de outros segmentos empresariais, a fim de gerar postos de trabalho e tornar o mercado menos sensível e dependente do modelo atual existente. Algumas grandes empresas, principalmente de produtos com baixo valor agregado, buscam na tecnologia e mecanização uma forma de reduzir custos e produzir em massa. Mas com o foco em modernização dos parques fabris, as empresas pagam baixas remunerações a seus colaboradores ou demitem com a substituição da mão-de-obra pela mecânica. Essa situação de demissão e pagamento de baixa remuneração é resultado de um processo irreversível de investimento em tecnologia, evolução e busca pelo baixo custo de produção, quando se trata de grandes e modernas empresas. Torna-se prejudicial à dependência de uma sociedade a um segmento único desenvolvido de mercado.

Segundo Testa et al. (1996), a região oeste, além de conter uma economia centrada na agroindústria, é considerada estritamente agrícola, advinda de pequenas propriedades de monocultura, resultando em produtos com baixo valor agregado, contribuindo com baixos resultados financeiros.

Wennekers; Thurik (1999) afirmam que os países desenvolvidos, no passado, investiram na industrialização, agregando valor à produção, diversificando a economia, onde os empreendedores adotaram novos métodos de produção, diversificaram a economia manufaturando e penetrando novos mercados. Na tentativa de tornar o mercado da região oeste de Santa Catarina independente do segmento agroindustrial e gerar novos postos de trabalhos, prefeituras municipais dispõem de ações

de fomento a empresas locais, objetivando dar contribuição ao desenvolvimento destas.

Observa-se que é muito importante a um município a diversificação de sua economia, para atrair novos segmentos de mercado, buscando, assim, a industrialização e o fortalecimento da economia regional. Estas ações de fomento variam de gestão e municípios, sendo identificadas como incubadoras; terrenos e construções cedidas em comodato; terraplanagens, infraestrutura de saneamento básico e energia elétrica; isenção de impostos municipais; criação de parques industriais; entre outras. Entende-se que essas ações são importantes para as empresas beneficiadas, mas questiona-se a suficiência e efetividade aos beneficiados. As gestões públicas municipais dispõem de grandes montantes de investimentos para a viabilização destas ações de fomento. Assim, este trabalho pretende identificar quais são as reais contribuições das ações municipais de fomento a empresas, no município de Chapecó-SC, às empresas beneficiadas.

A Prefeitura Municipal de Chapecó-SC dispõe e investe recursos em ações de fomento a empresas locais. Estas ações podem variar de acordo com cada gestão, e a prefeitura não lista e analisa os resultados, benefícios gerados às empresas beneficiadas. A prefeitura deveria analisar a contribuição das ações existentes, objetivando a efetividade na administração e aplicação dos recursos direcionados ao benefício das empresas, e dispor de ações que realmente venham ao encontro das necessidades das empresas beneficiadas.

Na academia pouco é discutido e avaliado sobre as ações municipais de fomento as organizações, estudos na área são de extrema relevância e pouco existentes, problema este que pretende-se com este trabalho reduzir.

Conforme mecanismos explanados na revisão bibliográfica deste trabalho, os quais são geradores de desenvolvimento local, o poder público municipal pode ser um agente fomentador deste fenômeno. Segundo

Camilotti (2001), o desenvolvimento local e o crescimento econômico dependem de providências governamentais, tanto federais, estaduais quanto municipais. Trata-se de coragem política, de vontade política e, em última análise, de deliberação e ação. Assim, acredita-se que, tendo informações sobre as contribuições das ações de fomento municipais, o poder público municipal poderia estruturar melhor as ações e programas de fomento a empresas, contribuindo com o crescimento e desenvolvimento das mesmas e da economia regional. Em contrapartida, as instituições de fomento e ensino terão condições de elaborar projetos para o desenvolvimento de mecanismo para o controle dos recursos empregados pelo Poder Público em ações de fomento, desta forma, contribuindo ainda mais com o melhoramento do desenvolvimento local, gerando estudos e indicadores para a construção de conhecimento na área de fomento público. Mas a maior beneficiada neste processo será a própria sociedade, que colherá nos resultados do processo de fomento, o aumento de emprego e renda e, conseqüentemente, um melhoramento na qualidade de vida das pessoas. O estudo, por si só, torna-se importante, pois chamará a atenção dos agentes sociais no que se refere à aplicação dos recursos públicos no desenvolvimento local. Rocha (2004) expõe que a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social é um campo que renderá estudos futuros, apresentando qual é o impacto deste fenômeno no desenvolvimento. Rocha (2004) reforça a importância de estudos sobre mecanismos geradores de crescimento, desenvolvimento regional.

Para a academia e sociedade a análise crítica de exemplos como o estudado na cidade de Chapecó-SC, fazem com que o desenvolvimento local seja pensado também por meio das necessidades dos empresários, os quais são os principais responsáveis pela geração de riqueza e empregos na sociedade.

1.1 EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

O empreendedorismo vem sendo um fenômeno estudado por muitos pesquisadores, professores, acadêmicos e profissionais da área de administração, entre outros. O empreendedor é um indivíduo com características diferentes, fazendo dele um elemento importante para a comunidade local.

Malheiros (2001) descreve o empreendedorismo, como sendo um emergente campo de pesquisa advindo da economia política, que recebeu fortes contribuições da psicologia e da sociologia. As primeiras pesquisas nessa área tiveram foco nas características pessoais do indivíduo empreendedor. Os economistas associam o empreendedor com a inovação, enquanto os psicólogos e sociólogos estudando os aspectos criativo e intuitivo.

O termo empreendedorismo deriva da tradução da palavra *entrepreneurship* (DOLABELA, 1999).

Oliveira (2003) diz que a ação empreendedora compreende iniciativa, inovação, mudança, liderança, flexibilidade, senso de oportunidade, dedicação, controle, seleção e uso da competência. Mas, para Schumpeter (1959), somente pode ser denominado empreendedor aquele que promove inovações em produção, gestão ou inserção de novos mercados.

Grad e Shapero (1981) expõem que o empreendedor é o indivíduo ou grupo de indivíduos que empreendem para iniciar, manter, ou engrandecer um negócio, lucro-orientado para a produção, ou a distribuição de bens econômicos e de serviços. O empreendedor é um avaliador de riscos, um construtor de organizações, um responsável pelas decisões de seu futuro ou de sua organização.

A forma de atuação do empreendedor no mercado engrandece a economia local, realizando grandes transformações e gerando valor para a sociedade. Já Camilotti (2001) apresenta que o empreendedor transfere recursos econômicos de um setor para outro, de maior valor agregado, de maior rendimento. Os em-

preendedores criam algo novo, mudam ou transformam valores. Entre as características de empreendedores de sucesso, mais mencionadas pelos diversos autores, estão a necessidade de novas, ou diferentes, a que não é habitual.

Praag (1999) expõe que o empreendedor é um contribuinte ao valor econômico da sociedade, é responsável por toda troca e circulação da economia. O empreendedor tem o papel de coordenador central da produção e na distribuição de bens e serviços.

O governo vem apostando no fenômeno do empreendedorismo como uma forma de investir em desenvolvimento econômico. O empreendedorismo contribui com a geração de postos de trabalho através de suas ações de criar empresas e produtos. Schumpeter (1959) afirma que a essência do desenvolvimento econômico está na capacidade de inovação dos indivíduos e na percepção e aproveitamento das novas oportunidades de negócio.

Com o fenômeno da globalização, grandes empresas precisaram adaptar-se às mudanças correntes, reduzindo seus custos na tentativa de continuarem competitivas no mercado em que atuam. Na readequação dos custos por parte das grandes empresas, foram demitidos muitos trabalhadores, que criaram novos negócios.

Empreendedorismo pode-se considerar uma variedade e um número grande das atividades sem ser amarrado às características especiais de um tipo particular do indivíduo. O evento transforma-se a variável dependente quando o indivíduo ou o grupo que gera o evento se transformarem as variáveis independentes, como as variáveis sociais, econômicas, políticas, culturais e outras situacionais. Permite a consideração de muitas variáveis situacionais enquanto afetam a formação da companhia, sem ter que relacioná-las a um conceito particular 'do empreendedor' (GRAD; SHAPERO, 1981, p. 3).

Como muitas ações econômicas do governo em seu macroambiente mercadológico, e as próprias ações do macro afetam o

microambiente, muitas empresas demitem e, como ação fomentadora da geração de novos empregos, o governo, como elemento do próprio macroambiente, dispõe de ações de incentivos ao empreendedorismo.

Guimarães (2002) expõe que os autores que falam sobre empreendedorismo, resgatam e reforçam o papel do empreendedor no processo de desenvolvimento. As ideias desses economistas podem diferir na forma como percebem a participação e a função do empreendedor nesse movimento, mas, entre eles, é unânime considerar o empreendedorismo como elemento essencial para explicar o crescimento e desenvolvimento econômico. A diversidade de funções identificadas com o papel do empreendedor na literatura econômica dá indicativos da complexidade e da importância desse agente para a atividade econômica e, principalmente, por sua habilidade para realizar ações capazes de alterar o patamar de desenvolvimento econômico e social. A perspectiva, a despeito de vez ou outra serem contemplados atributos do empreendedor, se especializa em apontar as funções desse ator no processo econômico. Ao destacarem a importância do empreendedor e do empreendedorismo, os modelos dos economistas buscam avaliar e analisar a consequência das iniciativas numa dimensão econômico/social mais ampla – criação e distribuição de riquezas – e não necessariamente consideram as decorrências em nível individual, seja em termos de realização profissional, seja promulgando a possibilidade de acumulação de riqueza pessoal.

Para gerar desenvolvimento, uma das opções é incentivar a criação e desenvolvimento de novos empreendimentos. A automação faz parte da evolução das empresas e o desemprego é consequência desse processo e, no contexto instalado, os novos empreendimentos e as micro, pequenas e médias empresas contemplam o suprimento de parte do déficit de emprego.

1.2 O FOMENTO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

No regime absolutista, em que a vontade do monarca prevalecia sobre tudo e todos, verificava-se, porém, que o Rei incentivava comportamentos, atividades e serviços, concedendo vantagens aos seus súditos.

Mello (2003) define fomento como a atividade administrativa de incentivos que se situa no campo das relações entre administração e administrados. Os auxílios prestados por um sujeito administrativo a outro (por exemplo, pelo Estado a uma autarquia local) não se podem, portanto, qualificar como medidas de fomento. A necessidade que um sujeito público satisfaz, mesmo auxiliado por outro, é sempre uma necessidade pública diretamente satisfeita pela administração. Pelo contrário, a intervenção de fomento tem lugar quando uma atuação orientada, para a satisfação de interesses privados, satisfaz, concomitantemente, necessidades coletivas e, por isso mesmo, recebe apoio por parte da Administração Pública.

Cunha (2002) afirma que, no caso do Estado, o impacto sobre a sociedade civil ainda é caracterizado pela literatura sobre movimentos sociais como indireto. Apesar de estudos mais recentes admitirem padrões de negociação com o poder público como estratégia legítima dos grupos populares, costuma-se observar com desconfiança a ideia de que governos podem, de fato, encorajar grupos da sociedade a agir de forma coletiva e autônoma, e qualquer tentativa de atuar como agente externo, intervindo diretamente em comunidades locais para ajudar suas associações a adquirir capacidade organizativa, é comumente encarada como mera tentativa de cooptá-las. Para entender como governos e outros agentes externos podem promover o associativismo.

Conforme Mello (2003) com o fim do Estado liberal, houve uma acentuada evolução do papel do Estado e, por conseguinte, de toda

atividade administrativa, com destaque para a atividade de fomento, levando em consideração que um Estado alienado e retraído passou a assumir uma postura dirigente, intervindo direta e indiretamente no processo econômico. O fomento deixa de ser mera liberalidade, para assumir o papel importante de instrumento de intervenção econômica e social, e a instigar a criatividade e a inteligência dos governantes. Casarotto Filho e Pires (2001), diz que o Estado deve promover uma situação favorável à criação e desenvolvimento de empresas. O governo tem o papel de regulamentar, fomentar o surgimento e facilitação de estruturação de empresa e novos mercados, tornando a economia local diversificada.

Malheiros (2001) discute o desenvolvimento de políticas de apoio aos pequenos e microempresários por parte do governo, observa-se que mercados mais dinâmicos oferecem mais chances ao aparecimento de novos empreendimentos. Inclui-se nesse aspecto tanto o mercado fornecedor quanto o comprador. Nessa questão, o governo tem um importante papel, facilitando a inclusão de pequenas empresas nas concorrências públicas e também agindo como fomentador dessas pequenas empresas, principalmente as novas.

Conforme Cunha (2002), a nova visão estratégica sobre o papel dos governos locais brasileiros na promoção do desenvolvimento econômico pode ser traduzida como o fato de a prefeitura não poder ser apenas uma zeladora da cidade e uma prestadora de serviços sociais, mas também deve atuar como indutora do desenvolvimento econômico. O poder municipal deve atuar como gestor da economia da cidade, promovendo o seu desenvolvimento, interferindo de maneira a reduzir os impactos do desaquecimento da economia. Outra característica da visão democrática de Estado como indutor do desenvolvimento econômico é, a exemplo do que se identifica em outras áreas de atuação estatal, o caráter participativo das políticas e programas governamentais.

O Estado pode e deve ser um agente de incentivo a empresas, de fomento ao empreendedorismo. A criação e o crescimento de empresas locais trazem consigo o crescimento e, como consequência possível, o desenvolvimento econômico regional. Rocha (2004) diz que não somente a abertura, a criação de empresas, mas também o desenvolvimento delas resulta no crescimento econômico, e que a política tem fortes implicações, interferência na criação e desenvolvimento das empresas, e no crescimento econômico.

As empresas brasileiras precisam conquistar mercados externos para trazer benefícios à nação, como divisas, tornando o país independente de capital externo e especulativo; postos de trabalho direto; e recursos financeiros que serão investidos em novas tecnologias, desenvolvimento de novos produtos e treinamento do capital humano. As empresas também contribuem com as regiões onde estão estabelecidas, no que se refere a repasse de impostos e criação de empregos indiretos. O governo recebe das empresas os impostos, e estes podem ser revertidos em ações benéficas à sociedade local.

Sandroni (2000) fala em criação e desenvolvimento de empresas, nível de industrialização e potencial científico/tecnológico, o que pode introduzir as discussões sobre empreendedorismo. Empreendedorismo é um processo de inovação gerado pelo empreendedor. E empreendedor é aquele que tem a capacidade de inovar.

Malheiros (2001) afirma que, embora o governo atue com um programa de assistência ao desempregado, concedendo-lhe o benefício do salário-desemprego, essa tensão não parece ser atenuada. Até porque o período de seis meses, prazo em que o benefício é mantido, intenciona retornar o desempregado o mais rápido possível ao mercado de trabalho. Sem considerar uma grande parcela de desempregados brasileiros que não são atendidos pelo programa. O quadro desfavorável que o de-

semprego provoca acaba por requerer ao indivíduo soluções próprias.

Conforme a tendência global das grandes empresas, de se tornarem mais enxutas e flexíveis, buscando ganhar competitividade junto ao cenário econômico mundial, o crescimento de novos negócios se torna uma importante avenida em direção ao pleno emprego.

Considerando que progresso vem a ser o crescimento e desenvolvimento econômico, e tecnológico, deve-se, através de incentivos governamentais, promover o empreendimento e desenvolvimento de empresas, a fim de gerar novos postos de trabalho. Mas o processo de criação e desenvolvimento de empresas deve ser superior ao avanço tecnológico de automação destas empresas, resultando na reversão do processo de desemprego.

Segundo Lima (2001, p. 38):

O desenvolvimento econômico está associado à geração de emprego e renda, o que pode ser possibilitado pela organização de novas empresas. Os primeiros anos da organização das firmas são críticos, especialmente no caso de pequenas e médias empresas, o que representa um grande problema. Isso por conta de fatores estruturais do ambiente empresarial, como também por conta da habilidade dos empreendedores.

Já Guimarães (2002) mostra que, em alguns períodos da história econômica, o empreendedor aparece como elemento principal no processo de desenvolvimento econômico.

Deve-se ressaltar a importância da criação e desenvolvimento de empresas, para o crescimento e desenvolvimento econômico de uma região. E o governo pode contribuir, através de incentivos e políticas favoráveis ao empreendedorismo, investindo e acreditando nas empresas e no empreendedorismo brasileiro.

1.3 AÇÕES DE INCENTIVO, FOMENTO ADVINDAS DO PODER PÚBLICO

O desenvolvimento de uma região, seu crescimento econômico, o alcance de patama-

res melhores nos índices de qualidade de vida da sua sociedade, não dependem somente de providências governamentais tanto municipais, estaduais quanto federais, mas, também, e principalmente, da iniciativa e da capacidade de mobilização conjunta não só de seus políticos, mas de seus líderes intelectuais, empresariais e comunitários. Trata-se de coragem política, de vontade política e, em última análise, de deliberação, ação e incentivo.

Camilotti (2001) afirma que as potencialidades econômicas, naturais e culturais de uma região apresentam-se, na verdade, como um desafio à habilidade, à criatividade e à determinação por parte de suas lideranças e da sociedade local. Hoje, é necessário avaliar a situação regional, diante de um quadro permanente e crescente de competitividade. As ações políticas, as soluções, as respostas a cada situação específica, cada vez mais, dependerão de caminhos, de criatividade, de negociação, de ações conjuntas, quando os interesses forem comuns, de iniciativas que têm seu espaço mais legítimo no nível de cada município e no âmbito de cada região. Ações que podem contribuir para o desenvolvimento local e regional, a melhora da acessibilidade, a provisão de solo industrial para as empresas, a construção de centros de formação para a população e trabalhadores. Um objetivo estratégico das políticas de desenvolvimento local se constitui no fomento da capacidade empresarial e organizativa de caráter local.

No Brasil, em Santa Catarina, e não é diferente na região oeste, as pequenas e médias empresas constituem o setor de atividade econômica que absorve grande parte dos trabalhadores. A formação dessas empresas proporciona oportunidades para que as iniciativas individuais e a capacidade empreendedora se desenvolvam, além de contribuir para a geração de novos empregos, e para a absorção da mão-de-obra qualificada ou não-qualificada que está se tornando desnecessária às grandes indústrias. “Na realidade, o relevante para uma

empresa não é ser grande ou pequena, mas ter o tamanho certo para a atividade que vai executar”. (CAMILOTTI, 2001, p. 49).

Para que as ações empreendedoras sejam realizadas, elas dependem de agentes que as executem e as incentivem. Estes agentes atuam como forças propulsoras ao desenvolvimento. Se as regiões dispõem de um conjunto de recursos (humanos, econômicos, institucionais e culturais), que constituem seu potencial de desenvolvimento; em nível local se detecta, por exemplo, uma estrutura produtiva de acordo com as suas especificidades: mercado de trabalho, capacidade empresarial, recursos naturais, estrutura social e política, tradição e cultura. A partir desta disposição, vários elementos podem ser articulados para o crescimento econômico e a melhoria da qualidade de vida da população.

Camilotti (2001) diz que o desenvolvimento local depende da formação de um processo empreendedor e inovador, fortemente articulado e incentivado, em que um dos fatores condicionantes é a atuação dos agentes integradores, fomentadores. Quando as empresas locais fazem parte de uma rede de intercâmbios e de relações econômicas, comerciais e tecnológicas, a incerteza se reduz e a sinergia e a cooperação entre as empresas se potencializam, o que provoca um fortalecimento competitivo local, regional. Pelo que foi exposto, percebe-se a necessidade de elaboração de um modelo que possa ser aplicado às regiões, que contemple a atual situação econômica, visando ao desenvolvimento local e regional.

Segundo Nogueira (1998), podem-se considerar dois fatores básicos que norteiam a decisão de uma empresa de investir numa região. O primeiro fator está relacionado às condições de infraestrutura, e deve resultar no menor custo agregado de implantação e operação da planta, ou seja, a empresa realiza um levantamento dos custos de mão-de-obra, de construção civil, dos sistemas de transporte para o es-

coamento da produção, segundo os mercados de destino, etc. O outro fator é o conjunto de vantagens financeiras e fiscais que lhe são oferecidas e que se traduzem em abatimentos de custos, sejam eles de implantação, sejam de operacionalização.

Ainda Nogueira (1998) afirma que dado que os Estados, atualmente, são os maiores responsáveis pelos esforços de redistribuição da atividade econômica, desta forma, torna-se cada vez mais importante a conscientização. As ações devem ser parametrizadas por um claro posicionamento estratégico em relação ao futuro desejado para as respectivas economias. Neste sentido, deve-se levar em consideração algumas questões: 1) A importância da pequena empresa para a dinamização da economia se dá pela sua capacidade de geração de empregos, pela flexibilidade em termos de estrutura produtiva e pela propensão à incorporação de tecnologias; 2) Na medida em que o Estado está intervindo na economia para captar novos investimentos ou proporcionar a modernização dos segmentos já instalados e, portanto, colocando em dúvida a hipótese do perfeito funcionamento dos mercados, deve-se realizar uma política regional voltada para setores relevantes da economia, ao invés de uma política indiscriminada e; 3) A busca por elevação da eficiência econômica de alguns setores deve, também, levar em consideração questões relativas à igualdade, pois, como foi acima mencionado, as questões de eficiência devem contemplar não apenas a eficiência dentro da empresa, mas a eficiência sistêmica do mercado e economia.

Cunha (1999) diz que as empresas, ao tomar uma decisão de se instalar em uma região, levam em consideração o deslocamento de produção de bens de menor teor tecnológico – cujos mercados estão saturados nos países desenvolvidos – para os países emergentes, em busca de vantagens de fatores: menor custo de mão-de-obra; custos úteis diversos e obtenção de incentivos fiscais; enfim, assegurar espaço

competitivo nos novos mercados. Oliveira (2003) afirma que o Brasil também conta com políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas, por meio das agências de apoio (gestão, treinamentos/capacitação, informações, tecnologia e promoção comercial para citar as principais) aos pequenos negócios, mecanismos de financiamentos e tratamento fiscal diferenciado.

Malheiros (2001) diz que alguns governos costumam criar obstáculos para empresários que querem montar negócios próprios, tanto intencionalmente quanto como consequência de outras decisões de políticas governamentais. Essas barreiras de entrada têm um impacto significativo sobre o crescimento de atividades empresariais. O que ocorre quando um governo coloca muitos regulamentos sobre a atividade empresarial privada, estes regulamentos acabam por elevar o custo de administração dos negócios, resultando em menores margens de lucro e tornando a atividade empresarial menos atraente aos entrantes em potencial. Os procedimentos burocráticos exigidos para o registro de um negócio costumam ser tão exigentes que acabam por se tornar uma outra forte barreira ao empreendedorismo. Algumas ações são especificamente de governo e relacionam-se a políticas e programas governamentais. Em resumo, solicita-se que os governos reduzam a carga tributária sobre a produção e o consumo e simplifiquem a legislação, além de permitir o enfraquecimento das barreiras burocráticas, com a diminuição dos procedimentos necessários à abertura e à condução dos negócios, bem como a diminuição dos elevados custos cartoriais e profissionais a que estão sujeitas as empresas no Brasil.

Uma outra dificuldade se refere às altas taxas de juros e altos seguros sociais, que dificultam a legitimação de negócios que necessitam contratar funcionários, devido aos altos custos que estes representam, pela agregação de uma série de benefícios a serem pagos juntamente com os salários.

No que se refere à educação e à cultura, as propostas gerais são: Primeiro, melhorar a qualidade da educação e introduzir, em todos os níveis de ensino, disciplinas e conteúdos de empreendedorismo.

Malheiros (2001) diz que os pequenos negócios deveriam ser avaliados considerando mais a sua contribuição aos amplos objetivos econômicos e sociais, como sua contribuição ao desenvolvimento econômico, melhoria da produtividade, inovação, competitividade e geração de relações econômicas com outros países, estabilidade dos preços, desenvolvimento regional e igualdade social e econômica. O debate sobre pequenos negócios não pode estar dissociado de pontos fundamentais como: a estrutura industrial e comercial da região, o balanço de poder e dependência nesse mercado, o grau de receita e distribuição de riqueza. Além de criar um ambiente conducente para atividades empresariais, as políticas governamentais podem ajudar no estabelecimento de um setor privado próspero, através do estabelecimento de ações que promovam o empreendedorismo.

Para finalizar, Hoeltgebaum (2002) ressalta que é muito importante colaboração das pequenas empresas na economia mundial. O autor atribui que estas empresas são responsáveis pelo futuro do capitalismo moderno, e que a sociedade deve estimular a presença de novos empreendedores. Os empreendedores são importantes porque, além de abastecer o mercado industrial e diversificar o mercado de varejo, ajudam a dar mais empregos e distribuir rendas. Assim, nada mais relevante do que apoiar e estimular, com mecanismos eficientes, o surgimento de novas empresas.

2 MÉTODO DE PESQUISA

A abordagem do presente estudo foi qualitativa quanto ao problema de pesquisa. Caracterizou-se em uma pesquisa exploratória quanto aos objetivos, em que se verificou na pre-

feitura de Chapecó, estado de Santa Catarina, a existência de ações de fomento a empresas locais.

A pesquisa caracterizou-se como levantamento quanto aos procedimentos, pois, além de verificar na prefeitura a existência de ações de fomento, a pesquisa oportunizou, através da entrevista estruturada, a familiaridade com o assunto e a verificação das necessidades das empresas referem-se aos incentivos advindos do poder público e a real contribuição destes aos beneficiados.

O presente estudo teve como população todas as empresas localizadas no município de Chapecó-SC, que receberam algum tipo de incentivo fiscal ou estímulo material da Prefeitura Municipal durante a gestão 1997-2004, totalizando 75 empresas que foram beneficiadas por 143 ações de fomento. Como a população encontrada foi considerada pequena, decidiu-se fazer pesquisa censitária.

O estudo foi realizado durante o primeiro semestre de 2005, período inicial da gestão 2005-2008, sendo oposição da gestão passada. Como o período inicial da gestão atual era muito curto, decidiu-se pesquisar as ações de fomento da gestão passada que permaneceu na administração do município durante 8 (oito) anos, ou seja, durante 2 (dois) mandatos. Informações prestadas pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Gestão 2005-2008.

Os dados foram coletados na Prefeitura Municipal de Chapecó por meio de revisão documental, e para as empresas beneficiadas pelas ações de fomento, utilizaram-se entrevistas estruturadas com os responsáveis.

Após a aplicação do instrumento de coleta, os dados foram apresentados por meio da representação escrita e analisados com o uso da técnica de análise de conteúdo.

A coleta de dados realizou-se por meio de uma análise documental, em que se objetivou buscar as características das ações de fomento, bem como o número e características das empresas beneficiadas. Após esta análise, foi feita

a identificação das empresas beneficiadas e realizou-se uma entrevista com os responsáveis das empresas por telefone com o objetivo de verificar as necessidades de incentivos e a real contribuição das ações de fomento.

Os dados foram analisados e apresentados utilizando o método de representação escrita seguido de análise simples do pesquisador.

3 ANÁLISE DOS DADOS

3.1 ANÁLISE DOS LIVROS DE RESOLUÇÕES DO CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Os pedidos realizados pelas empresas requerentes são analisados pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico, que expede uma Resolução sobre o caso e, posteriormente, um Decreto pelo Gabinete do Prefeito Municipal. Estes são arquivados em livros, que seguem uma numeração, como também as Resoluções e Decretos.

Verificou-se que, para o período de 8 anos, foram realizadas 143 ações de fomento num total de 75 empresas beneficiadas. E que para o acesso da empresa à concessão, os processos levaram até 15 meses, em alguns casos, prazo entre Resolução do Conselho de Desenvolvimento Municipal e Decreto expedido pelo Gabinete do Prefeito Municipal, documento este que realmente concede o pedido da empresa requerente. Mas a média é de dois a três meses. Foi sabido, também, que algumas empresas receberam seis ações de incentivo ou estímulo, enquanto outras receberam um. Com base nestes dados constatou-se que algumas empresas foram beneficiadas mais que outras, havendo uma desproporção na distribuição das ações de fomento.

Os incentivos fiscais foram superiores aos estímulos materiais em número de ações, 100 para 43, ou seja, quase 70% das ações municipais de fomento foram incentivos fiscais. Os

incentivos fiscais totalizaram 100, sendo 42,00% isenção em 100% das taxas de alvarás, 42,00% isenção parcial do ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza), 16% isenção total ou parcial da Taxa de IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano). Para a Prefeitura Municipal, a viabilidade de conceder incentivo fiscal é maior do que conceder estímulos materiais, pois, no primeiro caso, a Gestão Municipal apenas deixa de recolher tributos, enquanto, no segundo caso, algumas vezes a Prefeitura precisa desembolsar dinheiro para compra de terreno, ou mesmo, para pagar serviços prestados de terceiros.

Os estímulos materiais totalizaram 43 ações de fomento, divididas em 6,98% em pavimentação asfáltica, sendo do pátio ou acesso ao pátio das empresas beneficiadas, 52,49% de isenção parcial ou total de valores de serviços de horas de máquinas para preparo de áreas para construção e acesso às empresas beneficiadas e 39,53% de terrenos cedidos em comodato.

Apesar da existência do documento que contém a Lei municipal 4.093 que rege os incentivos fiscais e estímulos materiais, verifica-se que o Conselho Municipal de Desenvolvimento, bem como a Prefeitura Municipal, não apresentam um sistema padrão de concessão de incentivos/estímulos às empresas requerentes. Algumas empresas recebem um montante considerável de apoio, e outras ações quase insignificantes. Notou-se que nenhum setor foi privilegiado. As ações de fomento deveriam ser focadas para apoiar segmentos que apresentam condições de desenvolvimento ao município, ressaltados os segmentos que já estão consolidados. Focando as ações de fomento a alguns segmentos que o município apresenta predisposição para o desenvolvimento, os recursos seriam significativos para as empresas, contribuindo efetivamente para o crescimento/desenvolvimento das empresas.

3.2 ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS RESPONSÁVEIS PELAS EMPRESAS BENEFICIADAS PELAS AÇÕES MUNICIPAIS DE FOMENTO

As entrevistas foram realizadas do dia 26/07 ao dia 05/08 por meio de telefone. Para viabilizar a efetividade da pesquisa, o pesquisador e mais duas bolsistas foram treinadas para realizar as entrevistas estruturadas. Um primeiro contato foi realizado para agendar um período para que fosse aplicada a pesquisa, para que o entrevistado estivesse disposto e com tempo para responder as perguntas. Com a realização das entrevistas e apresentação da representação escrita (tabulação das questões), contemplou-se o quarto e quinto objetivos específicos. A representação escrita não apresenta as questões em ordem por respondente para dificultar a identificação da empresas participantes e preservar seus nomes.

Foram identificadas 75 empresas beneficiadas pelas ações de fomento, sendo encontradas e contatadas 58. Das 58 empresas contatadas, nove empresas recusaram-se a responder à entrevista, resultando em 49 empresas que participaram da pesquisa. Das 49 empresas respondentes, 13 não receberam nenhum incentivo fiscal ou estímulo material por parte da Prefeitura Municipal, restando apenas 36 empresas que receberam algum incentivo/estímulo. Pode-se contatar que, em oito anos de gestão, todo esforço despendido na tentativa de contribuir com o crescimento econômico do município, menos de 50% das empresas que pediram apoio da Gestão Municipal, tiveram realmente acesso às ações de fomento.

Das 143 ações de fomento identificadas nos livros de resoluções e decretos, somente 77 ações chegaram às empresas requisitantes, que totalizaram 36. Novamente notou-se que houve a intenção dos órgãos responsáveis pela destinação dos incentivos/estímulos municipais em beneficiar as empresas, mas efetivamente menos da metade das empresas realmente foi favorecida com os recursos.

Notou-se, ainda, que foram maiores os incentivos fiscais aos estímulos materiais, mesmo com a diminuição das ações válidas.

As empresas que receberam incentivos/estímulos totalizaram 36, as quais tiveram a total condição de responder todas as perguntas da entrevista. Das 49 empresas participantes da pesquisa, somente as 13 que não receberam incentivos/estímulos não responderam às questões condizentes à caracterização da ação de fomento. As 36 empresas que realmente foram beneficiadas pelas ações de fomento receberam 77 ações válidas, sendo de 54 incentivos fiscais e 23 estímulos materiais válidos.

3.3 PERFIL DAS EMPRESAS

Das empresas que receberam incentivos/estímulos municipais, o segmento de Serviços foi o mais beneficiado em números de ações (30,56%), seguido do segmento de Indústria (25%) e Indústria e Comércio (22,22%).

As ações municipais de fomento não privilegiaram as empresas pelo número de funcionários. Notou-se que foram beneficiadas empresas com número variado de empregados. Mas observou-se que empresas com maior número de funcionários aparecem mais como nos indicadores das empresas que não receberam incentivos, concluindo-se que os benefícios tendem para as empresas menores, já que o número de colaboradores representa também tamanho.

Notou-se que foram beneficiadas empresas jovens, em sua maioria (63,89%) com até 10 anos de funcionamento. Importante em um programa de fomento a empresas é o auxílio ser concedido para empresas que estão iniciando suas atividades, pois, nesses casos, é que acontecem os maiores números de fechamentos de empresas. As ações municipais devem visar à assistência e concessão de incentivos/estímulos, bem como o acompanhamento das empresas que estão no estágio de até 10 anos

da data de abertura, objetivando dar apoio à continuidade das atividades e desenvolvimento local. Neste estágio, muitas vezes, os empresários ainda desconhecem o mercado e falta experiência para administrar o negócio. Nota-se, também, que não houve discriminação quanto à idade para a concessão de incentivos/estímulos.

Verificou-se mais uma vez que não há investimentos, ou são privilegiados ramos de atividades únicos. O que se apresenta é a dispersão de ações contemplando vários ramos de atividade, -em que seria efetivo o investimento estudado e planejado em segmentos no município, ou região, que têm condições econômicas, naturais e sociais de desenvolvimento. Estes investimentos, ações fomentadoras, trariam resultados na independência de um modelo econômico único e na diversificação (planejada) de outros modelos, tornando o município desenvolvido e autossustentável. Também não há uma tendência quanto às empresas que não receberam incentivos/estímulos, concluindo-se que não houve discriminação na concessão.

O maior número de empresas beneficiadas pelas ações de fomento foram as micro e pequenas empresas (66,67%). Esse fator é importante em um programa de fomento a empresas, pois elas precisam de apoio nos primeiros anos de atividade e enquanto são pequenas, devido à exposição à competitividade. Quanto às empresas que não receberam incentivos/estímulos, nota-se que as médias empresas tiveram, em grande parte, seus pedidos negados.

3.4 INCENTIVOS/ESTÍMULOS RECEBIDOS PELAS EMPRESAS

Dos incentivos/estímulos concedidos às empresas beneficiadas, a isenção dos Alvarás e o ISSQN estão empatados em número de ações (29,37%), seguido de serviços de máquinas (16,08%). Como grande parte das empresas beneficiadas são do segmento de servi-

ços e o ISSQN, além de ser um imposto de arrecadação municipal, é considerado uma taxa alta pelos empresários, torna-se interessante o pedido dos empresários e conveniente para a gestão municipal atender o pedido. A isenção da taxa de Alvará auxilia na viabilização das empresas na abertura e na economia da implantação e estruturação.

O incentivo/estímulo que apresentou mais resultados às empresas beneficiadas foi o ISSQN, escolhido por 27,78% dos respondentes, seguida por Serviços de máquinas, com mais de 11%. Esse dado pode resultar do parecer das empresas prestadoras de serviço, já que representam a maioria das empresas beneficiadas. Outro fator que intervém neste resultado é que a taxa de ISSQN é considerada alta pelos empresários pesquisados e é representativa no faturamento das empresas. A isenção do ISSQN torna-se importante para um programa de fomento a empresas, desde que a região ou município tenha predisposição para o desenvolvimento de empresas desse segmento. Referindo-se ao índice de 44,44% que foram denominadas “Não coube resposta”, são aquelas empresas beneficiadas apenas com um incentivo/estímulo, não tendo condições de expor qual trouxe mais benefícios à empresa.

3.5 BENEFÍCIOS RESULTANTES DO INCENTIVO/ESTÍMULO

Através dos relatos dos responsáveis pelas empresas beneficiadas, pode-se constatar que os incentivos/estímulos foram benéficos nas questões de redução de gastos no investimento inicial do negócio; contribuíram para geração de empregos; contribuíram com o aumento de produção e vendas e crescimento e desenvolvimento da empresa. Entendeu-se, então, que os incentivos/estímulos municipais são importantes para fomentar o surgimento de empresas, bem como a economia contributiva, a sustentação e a geração de postos de trabalhos. No entanto, muitos respondentes apre-

sentaram afirmações negativas aos benefícios advindos dos incentivos/estímulos. figura 1 – Principais modelos utilizados.

3.6 SUFICIÊNCIA DOS INCENTIVOS/ESTÍMULOS

Das empresas participantes da pesquisa, mais de 47% responderam que o incentivo/estímulo não foi suficiente. 25% das empresas responderam que a ação de fomento não foi totalmente suficiente, ou em partes, e apenas 27,78% dos respondentes ficaram satisfeitos com o incentivo/estímulo recebido. Entendeu-se que os incentivos/estímulos concedidos não são suficientes para atender às reais necessidades das empresas beneficiadas. A falta de foco e direcionamento das ações de fomento acabaram não contribuindo efetivamente com as empresas, devido à dispersão de recursos e a abrangência das intenções do programa de ação. Mais uma vez confirma que os programas municipais devem focar um número pequeno de segmentos de mercado para que os recursos sejam suficientes para o real desenvolvimento do setor e, conseqüentemente, das empresas.

3.7 VANTAGENS E DESVANTAGENS DAS AÇÕES DE FOMENTO

As vantagens citadas pelos responsáveis das empresas beneficiadas foram: redução na taxa de impostos, conseqüentemente restaram recursos para investimentos no desenvolvimento da empresa, na produção, vendas e geração de empregos. Diante disto, entendeu-se que a redução das taxas de impostos auxilia no crescimento e desenvolvimento das empresas beneficiadas. As desvantagens foram a burocratização para o acesso ao incentivo/estímulo e pouca redução da taxa de impostos. É muito importante que os programas municipais de fomento sejam mecanismos de fácil acesso ao empresário e que realmente concedam um incentivo justo às empresas para contribuir significativamente.

3.8 OUTROS INCENTIVOS/ESTÍMULOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL QUE AS EMPRESAS NECESSITARIAM

Nesta questão responderam os responsáveis pelas empresas beneficiadas e das não-beneficiadas. Os incentivos/estímulos municipais citados como necessários pelos respondentes foram terreno com infraestrutura para instalar empresas; isenção ou redução de impostos e tributos (Alvarás, ISSQN, IPTU); e unidade para treinar, capacitar os colaboradores das organizações, que apareceu como um requisito bastante citado. Pode-se já ter uma definição do que se precisa, segundo os pesquisados, para estruturar um programa municipal de fomento. O terreno e a infraestrutura auxiliam na redução do montante de investimento inicial para a abertura da empresa. A redução ou isenção dos impostos e tributos contribui com a redução no orçamento, resultando na economia e aplicação de recursos em geração de emprego e melhorias da produção, crescimento e desenvolvimento das empresas. E uma unidade (escola ou programa de extensão da universidade) colaboraria para o treinamento, capacitação e qualificação dos funcionários, um conjunto de ações que contribuiria para melhorar a competitividade e sustentação das empresas em seus primeiros anos de funcionamento. Quanto às empresas que não receberam os incentivos/estímulos, nota-se que houve uma similaridade entre as necessidades de ações de fomento que receberam.

3.9 O QUE PODERIA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FAZER PARA FOMENTAR O EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE CHAPECÓ

Nesta questão responderam os responsáveis pelas empresas beneficiadas e as não-beneficiadas. Os incentivos/estímulos advindos do poder público federal, estadual ou municipal, citados como necessários pelos respondentes foram: infraestrutura para instalação/ampliação

das empresas; financiamento acessível com juros baixos; isenção/redução de impostos/tributos; programas de incentivo à exportação; e instituições que treinem, capacitem e qualifiquem os gestores e funcionários das empresas. A criação e manutenção de programas de fomento mais completos com recursos federais e estaduais e gestão municipal, para aproximar-se dos problemas locais, poderiam atender às reais necessidades das empresas e contribuir para o seu crescimento, desenvolvimento e competitividade, mas com investimentos significativos em segmentos que o município tenha condições de desenvolver através de recursos disponíveis localmente. Tanto as empresas que receberam quanto as que não receberam incentivos/estímulos, têm reivindicações similares quanto às ações municipais de fomento ao empreendedorismo.

4 CONCLUSÕES

A Prefeitura Municipal de Chapecó-SC dispõe e investe recursos em ações de fomento a empresas locais e para empresas que desejam se instalar no município. As ações variam com relação aos incentivos/estímulos, e a prefeitura não lista e analisa os resultados, benefícios gerados às empresas beneficiadas. A gestão pública deveria analisar a real contribuição das ações existentes, objetivando a eficácia na administração e aplicação dos recursos direcionados ao benefício das empresas, para dispor de ações que realmente venham ao encontro das necessidades das empresas requerentes, sendo este o problema de pesquisa.

Notou-se que, em oito anos da gestão, 1997/2004, foram concedidos, de acordo com as resoluções do Conselho Municipal de Desenvolvimento e pelos Decretos expedidos pelo Gabinete do Prefeito, 143 incentivos/estímulos, para 75 empresas que participaram do processo de pedido e concessão. Dessas, apenas 36 foram contempladas, a maioria micro e pe-

quenas empresas (66,67%). Dos 143 incentivos/estímulos somente 77 ações foram válidas, somente 36 empresas receberam. A isenção ou redução do ISSQN foi o incentivo/estímulo que mais trouxe resultados às empresas, segundo os responsáveis pelas empresas beneficiadas. Os benefícios gerados às empresas, advindos das ações de fomento, foram a redução de gastos/custos no investimento inicial do negócio; contribuição na geração de empregos; contribuição no aumento de produção e vendas; e crescimento e desenvolvimento das empresas.

Como pressuposto tinha-se que as ações municipais destinadas ao fomento não contribuem suficientemente com as reais necessidades das empresas beneficiadas e que os gestores municipais estão investindo recursos em ações de fomento que não resultam em diferenciais significativos às empresas. Das 36 empresas contempladas pelas ações de fomento, 47,22%, ou seja, 17 empresas responderam que as ações não contribuíram no suprimento de suas necessidades. 25%, ou seja, nove empresas responderam que as ações contribuíram em parte com o suprimento das necessidades, e apenas 27,78%, ou 10 empresas disseram que suas necessidades foram atendidas pelas ações municipais de fomento. Analisa-se que, partindo de 75 empresas, que a princípio foram beneficiadas pelas ações de fomento, apenas 10 das empresas que receberam estão satisfeitas com o apoio recebido da Gestão Pública Municipal, ou seja, menos de 13%.

As principais ações municipais identificadas dividem-se em incentivos fiscais (isenção e redução das taxas de Alvarás, IPTU e ISSQN) e estímulos materiais (Pavimentação asfáltica, serviços de máquinas e terrenos em comodato). Por meio da pesquisa documental foram identificadas e listadas todas as ações de fomento relacionando as empresas, os tipos de incentivos/estímulos concedidos a cada empresa, bem como as Resoluções e Decretos que as concederam e data de concessão. Lembran-

do que o segundo objetivo específico desta pesquisa era analisar as ações identificadas. As ações foram analisadas e apresentadas em número de incentivos fiscais separadamente dos estímulos materiais, demonstrando quais foram as ações que mais contribuíram com as empresas. Também foram feitas análises qualitativas das respostas dos responsáveis pelas empresas beneficiadas, relacionando as necessidades de ações de fomento advindas da administração pública e ações recebidas.

De acordo com os entrevistados, as vantagens foram o crescimento e desenvolvimento por meio da redução dos impostos e tributos; o aumento da produção e vendas; e geração de empregos. As desvantagens foram a burocratização para o acesso ao incentivo/estímulo e a pouca redução dos impostos e tributos.

A Prefeitura Municipal teria que investir em parques industriais com toda a infraestrutura necessária para as empresas instalarem-se (terreno, construção, energia elétrica, cabeamento de telefonia/internet, acesso rodoviário e transporte para os funcionários); redução ou isenção das taxas de alvarás, IPTU e ISSQN nos primeiros cinco anos de abertura das empresas; incentivo e suporte técnico para as empresas que têm condições de exportar, ingressar no mercado externo; e uma unidade de profissionais para treinamento, capacitação e qualificação dos gestores e colaboradores das empresas instaladas.

Essas ações de fomento deveriam priorizar segmentos de empresas que o município tem condições técnicas, naturais e ambientais de desenvolver, focando a disponibilização dos recursos para poucas empresas, tornado os investimentos efetivos para a administração pública e suficientes para as empresas beneficiadas, com uma avaliação regular dos benefícios gerados para as empresas e o retorno para o município.

REFERÊNCIAS

ANPROTEC. **Empreendedorismo**: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília, 2001.

CAMILOTTI, Luciane. **Engenharia da produção na Universidade Federal de Santa Catarina**: procedimentos de integração para o desenvolvimento local a partir dos princípios do empreendedorismo. 2001. 128 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Departamento de Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

CASAROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luis Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CUNHA, Gabriela Cavalcanti. **Ciência Política na Universidade de São Paulo**: economia solidária e políticas públicas: reflexões a partir do caso do programa incubadora de cooperativas, da Prefeitura Municipal de Santo André-SP. 2002. 171 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Políticas) - Departamento de Ciências Políticas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. **Revista de Negócios**, Blumenau, vol. 9, n. 2, p. 81-90, abr./jun. 2004.

FILION, Louis J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários/gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo**, São Paulo, vol. 34, p. 05-28, abr./jun. 1999.

GRAD, Márcia; SHAPERO, Albert. **Federal and state policies for entrepreneurship education**. Paper apresentado no Congresso sobre pesquisa em Small Business Administration, Washington D.C., 1981. ED 236.351.

GUIMARÃES, Liliâne de Oliveira. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**: contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College. 2002, 313 p. Tese (Doutorado em Administração) - Curso de Pós-Graduação da EAESP/FGV, São Paulo, 2002.

HOELTGEBAUM, Marianne; RODRIGUES, Leonel Cezar. Novos mecanismos de incubamento de empresas de base tecnológica. In: XXII Simpósio de gestão da inovação tecnológica, 2002, Salvador, Bahia. **Anais...** Bahia, novembro de 2002.

LIMA, Ricardo Chaves. Desenvolvimento econômico e empreendedorismo. **Estudos Universitários**, Edição Especial – Indústria Brasileira: Oportunidades e Desafios, Recife, vol. 22, n. 1, Editora Universitária – UFPE, p. 37-43, 2001.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa. **Engenharia da produção na Universidade Federal de Santa Catarina**: as principais barreiras ao empreendimento de novos negócios: um modelo que considera as condições do empreendedor na configuração dessa percepção. 2001. 215 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Departamento de Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

MELLO, Cecília Cunha. **O fomento da administração pública**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

NOGUEIRA, Alberto Marcos. Reflexões sobre o desenvolvimento regional brasileiro no contexto atual: globalização, blocos regionais e políticas públicas. **Cadernos de economia**, Chapecó, ano 2, n. 2, p. 67-79, mar.1998.

OLIVEIRA, Dílson Campos de. **Mestrado Profissional em Administração na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais**: ações de apoio ao empreendedorismo e perfil do empreendedor. 2003. 157 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.

PRAAG, C. Miriam Van. **Some classic views on entrepreneurship**. De Economist 147, NO. 3, 1999. Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.

REZENDE, Denis Alcides; CASTOR, Belmiro Valverde Jobim. **Planejamento estratégico municipal**: Empreendedorismo participativo nas cidades, prefeituras e organizações públicas. Rio de Janeiro: Brasport, 2005.

ROCHA, Hector. **O entrepreneurship and development**: the role of clusters. Small Business Economics 23: 363-400, 2004. Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia**. 5. ed. São Paulo: Best Seller, 2000.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1959.