

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTONIO MARIZ
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ANA CAROLINE FELIX DE LIMA

**EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: UMA ANÁLISE A
PARTIR DO PERFIL EMPREENDEDOR NO POLO COUREIRO CALÇADISTA DA
CIDADE DE PATOS-PB**

PATOS-PB

2012

ANA CAROLINE FELIX DE LIMA

**EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: UMA ANÁLISE A
PARTIR DO PERFIL EMPREENDEDOR NO POLO COUREIRO CALÇADISTA DA
CIDADE DE PATOS-PB**

Monografia apresentada à Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em administração.

Orientadora: Prof^a Msc. Ayalla Cândido Freire.

PATOS-PB

2012

L732e Lima, Ana Caroline Felix de

Empreendedorismo e desenvolvimento local: uma análise a partir do perfil empreendedor no polo coureiro calçadista da cidade de Patos, PB / Ana Caroline Felix de Lima. Patos: UEPB, 2012.

66f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)–Universidade Estadual da Paraíba. Orientadora: Prof.^a Msc. Ayalla Cândido Freire.

1. Empreendedorismo em Patos, Paraíba. 2. Polo coureiro calçadista de Patos, Paraíba. I. Título. II. Lima, Ana Caroline Felix de.

UEPB/SIB/Setorial - Campus VII

CDD: 650.1

ANA CAROLINE FELIX DE LIMA

**EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: UMA ANÁLISE A
PARTIR DO PERFIL EMPREENDEDOR NO POLO COUREIRO CALÇADISTA DA
CIDADE DE PATOS-PB**

Monografia apresentada ao curso de Administração da
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como
requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
administração.

Aprovada em 28/11/2012
Banca Examinadora

Ayalla Cândido Freire
Prof^o Msc. Ayalla Cândido Freire (Orientadora)
UEPB

Simone Costa Silva
Prof^o Msc. Simone Costa Silva (Examinador)
UEPB

Valdenize Veríssimo de Lima
Prof^o Esp. Valdenize Veríssimo de Lima (Examinador).
UEPB

A minha mãe Antônia, que me apoia e motiva em todos os momentos da minha vida.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível graças a Deus primeiramente, que me deu forças e saúde mental nos momentos de aflição e dificuldades.

Aos meus pais que amo tanto, Francisco e Antônia, que se sacrificaram e me apoiaram para me fazer chegar onde estou hoje.

Ao meu noivo e grande companheiro Altamir que esteve ao meu lado motivando, apoiando e ajudando durante todo o processo de elaboração deste trabalho, e sempre que preciso.

À minha família, irmãos, primos, tios e avós por todo o carinho que tem a mim.

A todos os professores da UEPB com quem tive a honra de ser aprendiz e que contribuíram para a formação da profissional que sou hoje.

A todos os meus amigos que nunca me deixaram desistir perante as dificuldades que surgiram durante minha graduação.

Aos meus colegas de curso que motivaram e estimularam o meu crescimento.

E a minha orientadora Ayalla Freire por toda a paciência e dedicação que teve comigo e com o meu trabalho.

Há todos vocês muito obrigada de coração.

Você nunca sabe que resultados virão da sua ação. Mas se
você não fizer nada, não existirão resultados.
Mahatma Gandhi

RESUMO

No cenário atual onde o empreendedorismo se torna cada vez mais presente na economia fazendo crescer-la de modo contínuo através da abertura de novos negócios, o estudo sobre características do perfil empreendedor se torna um fator de grande importância para compreensão de como as características do indivíduo podem impulsionar o desenvolvimento local. Neste trabalho será analisado o perfil empreendedor dos produtores do polo coureiro calçadista de Patos/PB e sua relação com o desenvolvimento local. A pesquisa possui uma abordagem qualitativa e quantitativa, de caráter descritivo e caracterizado como um estudo de caso. Foram utilizados dados secundários e primários, através de pesquisa bibliográfica e de campo. Estes foram obtidos através de um questionário elaborado a fim de colher informações sobre o perfil empreendedor, caracterização do empreendimento e percepção do desenvolvimento local, aplicado com produtores membros da ASSPA (Associação dos Sapateiros de Patos). A análise dos resultados mostra que as características do perfil empreendedor dos produtores interferem no empreendimento e geração de desenvolvimento local, ressaltando a necessidade de uma maior articulação com atores públicos e dinamização da aprendizagem para a inovação.

Palavras-chave: Desenvolvimento local. Setor calçadista. Perfil Empreendedor.

ABSTRACT

In the actual scenario, where the entrepreneurship becomes more present in the economy each day, making it grow continuously, through the new businesses opening, the studies about the particulars of entrepreneurial profile becomes a factor of great importance to the comprehension of how the individual characteristics can boost the local development. In this work will be analyzed the leather producers entrepreneurial profile of the footwear polo, from Patos-PB and its relationship with the local development. The research has a qualitative approach, of descriptive character and marked as a case study. Secondary and primary data were used, through bibliographic and field research. They were obtained from an elaborated questionnaire, in order to collect information about the entrepreneurial profile, the enterprise characterization and the local development perception, applied with the producers members of ASSPA (Associação dos Sapateiros de Patos). The results analysis shows that the entrepreneurial producers traits interfere in the enterprise and generation of local development, highlighting the need of a bigger articulation with public actors and dynamics of the learning to innovation.

Key words: Local development. Footwear sector. Entrepreneurial profile.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 DESENVOLVIMENTO LOCAL	15
2.1.1 Arranjo Produtivo Local.....	20
2.2 EMPREENDEDORISMO	24
2.2.1 O Empreendedorismo no Brasil	27
2.2.2 Micro e Pequenas Empresas.....	29
2.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR	30
3 METODOLOGIA	40
4 ANÁLISES DOS RESULTADOS	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
6 REFERÊNCIAS	59
ANEXOS	63

1 INTRODUÇÃO

O surgimento de novas tecnologias e o avanço nas comunicações faz com que o empreendedorismo se torne cada vez mais forte entre as pessoas, trazendo consigo o desenvolvimento local, pois a propagação do empreendedorismo gera crescimento econômico e conseqüentemente a abertura de novos empreendimentos promovem emprego e renda para a cidade, e havendo diminuição na taxa de desemprego há melhorias na qualidade de vida das pessoas.

Em relação ao desenvolvimento local Zampieri, Ruppenthal e Venturini (2011) afirmam que os fatores para a promoção desse desenvolvimento são a inovação, transferência de tecnologia e o empreendedorismo, e a sinergia entre eles deve ser compreendida como uma variável voltada ao incentivo do empreendedorismo.

Os mesmos autores afirmam que a marca registrada dos últimos anos tem sido a abertura de mercados e os sinais desse novo paradigma estão espalhados no cotidiano dos cidadãos e das empresas, e para que estas continuem ativas no mercado é preciso que haja um acompanhamento das várias mudanças que ocorrem frequentemente no mundo, pois a concorrência global tem exigido das empresas um alto nível de qualidade e inovação. Atualmente, um exemplo de sucesso são as novas empresas criadas para atuar em mercados locais, porém com visão global, ou seja, com capacidade de inovação e rápida adequação a mudanças. Segundo os autores as empresas que mais geram empregos e desenvolvimento para as regiões ou locais onde estão inseridas, são as oriundas de incubadoras tecnológicas que são ambientes onde são oferecidas facilidades para o empreendedor desenvolver seu negócio e tem como objetivo incentivar o empreendedorismo para que haja no mercado mais e melhores empresas, estas são instaladas junto a centros de pesquisa e ensino, tem forte interação com os pesquisadores e são abertas a inovações.

Ultimamente órgãos governamentais vêm adotando o empreendedorismo, através de políticas públicas de trabalho e renda, para que através do estímulo ao desenvolvimento do espírito empreendedor dos indivíduos, essas ações possam trazer desenvolvimento local ou regional nas áreas onde essas políticas forem implementadas. Nesse sentido, o empreendedorismo pode ser visto como um estimulador de crescimento econômico e qualidade de vida, onde o despertar da visão empreendedora pode ser uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento de localidades ou regiões que poderiam parecer estar estagnadas economicamente. (COSTA, 2011).

O desenvolvimento local está ligado em parte ao crescimento econômico e atualmente os causadores desse crescimento são os empreendedores, entender qual o perfil empreendedor desses indivíduos é importante para que através desse conhecimento se possa potencializar a geração de desenvolvimento local.

Entender quais são os fatores de personalidade que geram o perfil empreendedor é de suma importância, pois através disso pode-se entender um pouco mais como a mente desse indivíduo funciona em relação aos negócios e ao mundo que o rodeia. Segundo Schmidt e Bohnenberger (2009, p.465) “o perfil empreendedor é um conjunto de características que não podem ser vistas como estanques, elas se inter-relacionam e estão presentes ao mesmo tempo em cada uma das pessoas”.

O empreendedor tem características notoriamente visíveis, como ser inovador, estar disposto a correr riscos, ser criativo, persistente, comunicativo, ser líder, dentre tantas outras características que o faz ser um ator de grande importância para o desenvolvimento de novos negócios. Para Hirshchman apud Vale (2008) o empreendedor tem a capacidade de gerar acordos entre seus stakeholders, ou seja, entre todas as pessoas interessadas no negócio, e tem o poder de garantir a participação do governo e manter a boa relação com os trabalhadores e o público. Nota-se que o indivíduo dotado de características empreendedoras tem controle e poder de persuasão perante seus colaboradores para que assim possa desenvolver seus projetos ou negócios com maior destreza.

Em todos os ramos de negócio a visão empreendedora é importante para que haja inovação e desenvolvimento, pois o indivíduo dotado de características empreendedoras proporciona o crescimento e a originalidade no negócio em que se atua.

No mundo globalizado de hoje, onde a inovação no ramo dos negócios é constante, o espírito empreendedor se torna essencial para manter a competitividade e criatividade no mercado de negócios. Para Chiavenato (2008, p. 2) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto social assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

No Brasil percebe-se que o empreendedorismo está passando a ser difundido na economia e cultura do país, pois o surgimento de micro e pequenas empresas não param de crescer assim como o número de trabalhadores por conta própria, esse fenômeno estar atrelado em grande parte à falta de oportunidade de trabalho e às dificuldades socioeconômicas que o país enfrenta. Percebe-se, portanto, a importância do empreendedorismo como sendo a mola propulsora do desenvolvimento da economia, principalmente em pequenas localidades, pois propicia a inovação e abertura de mercados fazendo com que haja progresso e aumento da competitividade nesses locais.

Para Schmidt e Bohnenberger (2009) devido a forte relação com o desenvolvimento local o estudo do empreendedorismo tem atraído maior interesse nos últimos anos. A união de governos, instituições de ensino e afins tem o intuito de promover o comportamento empreendedor através do investimento de esforços e recursos financeiros. Os mecanismos de suporte para novas empresas além de se empenharem no desenvolvimento do perfil empreendedor também são colocados à disposição de quem deseja abrir seu próprio negócio e abrangem desde linhas de crédito e incubadoras tecnológicas, até consultorias e eventos para promover redes de negócio.

O estado da Paraíba, por ter um grande aumento de produtores independentes de calçados, os chamados sapateiros, ofereceu condições propícias para o desenvolvimento de um polo coureiro calçadista que se divide em três principais núcleos que estão situados na grande João Pessoa, Campina Grande e Patos. O Polo Coureiro-calçadista da Paraíba ocupa, atualmente, 14.000 trabalhadores, todos em funções diretas de produção e na área administrativa. Significativa parte do emprego total, não computada acima, aparece em entidades cooperativas constituídas para realizar atividades terceirizadas por grandes empresas. A proliferação de pequenas oficinas domésticas ou sapateiros se tornou uma das mais promissoras atividades produtivas da Paraíba (Portal do Governo da Paraíba, 2012).

Kehrle e Moutinho (2005) em seus estudos sobre arranjos produtivos de calçados na Paraíba citam que o arranjo de Patos tem características que o diferenciam, como a produção informal maior que a formal e suas empresas serem essencialmente de micro e pequeno porte. Em sua pesquisa foram obtidos resultados que mostram que o maior número de empregados está ligados ao setor informal. O setor calçadista da Paraíba é dividido em três principais núcleos, são os polos com um número considerável de produção e proporção e encontra-se em João Pessoa, Campina Grande e Patos (Portal do Governo da Paraíba, 2012). Isso mostra o quão grande e importante o setor calçadista de Patos é para o desenvolvimento local da cidade, pois gera emprego e renda para a população, por conta disso a autora viu-se interessada e curiosa em conhecer os atores dessa produção e suas possíveis características empreendedoras relacionando-as com o desenvolvimento local atrelado a afinidade que a mesma tem com o tema.

Assim, decidiu-se mensurar a identificação do perfil empreendedor nos produtores de do polo coureiro calçadista de Patos/PB e analisar até que ponto as características identificadas nesse perfil influenciam nos negócios desses produtores e na geração de desenvolvimento local para a cidade.

O presente estudo tem como relevância compreender como o perfil empreendedor dos produtores do polo coureiro calçadista de Patos/PB influencia o desenvolvimento local,

afim de que se possa gerar um alto-conhecimento dos atores envolvidos, podendo despertar através dos resultados desse estudo o interesse dos produtores em conhecer melhor os temas debatidos no trabalho, podendo através disso identificar limites e oportunidades para o melhoramento de seus negócios. Podendo ainda contribuir teoricamente para futuros trabalhos acadêmicos sobre o assunto e servir como fonte de pesquisa. Tendo como problema: **Quais são as características identificadas no perfil empreendedor dos produtores do polo coureiro calçadista da cidade de Patos/PB e como essas características interferem sobre o desenvolvimento local?**

O presente trabalho de pesquisa tem como objetivo compreender como o perfil empreendedor dos produtores do polo coureiro calçadista de Patos/PB interfere sobre o desenvolvimento local. E como objetivos específicos:

- Caracterizar o setor calçadista da cidade;
- Identificar o perfil empreendedor nos produtores de calçados do município de Patos;
- Mostrar o pensamento dos produtores de calçados da cidade em relação ao desenvolvimento local e
- Avaliar como o perfil empreendedor está relacionado ao desenvolvimento local.

O presente estudo está estruturado da seguinte forma: Referencial teórico, composto pelos tópicos de Desenvolvimento Local, Arranjo Produtivo Local, Empreendedorismo (Empreendedorismo no Brasil e Micro e Pequenas Empresas) e Perfil Empreendedor. Caracterização do objeto de estudo composto pelo tópico Setor calçadista na cidade de Patos/PB. Análise dos resultados e Conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 DESENVOLVIMENTO LOCAL

O desenvolvimento local está ligado ao crescimento da economia e ao aumento da qualidade de vida das pessoas através da abertura de novas empresas e a geração de emprego e renda. Torna-se importante conhecer melhor este tema, seu significado e atribuições geradas para regiões e localidades. A seguir apresenta-se o desenvolvimento local e alguns conceitos sobre o tema.

Segundo Paula (2008) o desenvolvimento local diz respeito à busca por uma identidade própria com características que possam diferenciar o local dentro do universo da globalização. Essa percepção parte da descoberta, valorização e reconhecimento das potencialidades locais, das oportunidades, vocações e vantagens competitivas e comparativas de cada região.

Para Silveira e Reis (2008) o conceito de desenvolvimento para a maioria das pessoas tem sido relacionado com o fenômeno do crescimento econômico. Porém percebe-se que o crescimento econômico é necessário para gerar desenvolvimento, mas não é o único fator que impulsiona esse fenômeno.

Formuladores de políticas voltadas ao desenvolvimento econômico e social em todo mundo se confrontam cada vez mais com a necessidade tanto de produzir modelos que tenham capacidade de captar e traduzir as novas formas de desenvolvimento industrial e tecnológico, quanto de conceber novas estratégias que o estimulem e orientem. Organizações de políticas nacionais e internacionais mobilizam-se na busca de esforços para descobrir meios que permitam identificar, planejar e equacionar o aproveitamento dos principais desafios e oportunidades existentes no mundo. Dentro dessa expectativa tem se dado grande ênfase a promoção da geração, uso e difusão de conhecimentos e ao estímulo do desenvolvimento produtivo e inovativo através de formas sustentáveis em termos econômicos, sociais, políticos e ambientais. (REDE DE PESQUISA EM SISTEMAS PRODUTIVOS E INOVATIVOS LOCAIS/REDESIST, 2012).

O desenvolvimento não provém apenas do crescimento econômico, mas também da vontade que as pessoas têm em ter uma melhor qualidade de vida. Sendo assim, o desenvolvimento também depende da ação das pessoas, de se colocarem como sujeitos que podem fazer a diferença na sociedade. Para que haja desenvolvimento é preciso um crescimento de habilidades, conhecimentos e competências dos indivíduos, ou seja, capital humano, pois não pode existir desenvolvimento sem que as pessoas desenvolvam suas

potencialidades. Também é preciso que haja o crescimento de cooperação e confiança entre as pessoas, ou seja, capital social, pois sem organização, participação e ajuda mútua não há desenvolvimento (PAULA, 2008).

Para Paula (2004) as condições de desenvolvimento são efetivadas localmente e a economia bem sucedida dessas localidades encontra-se na capacidade de especialização em algo vantajoso resultante da capacidade de inovação, pois o processo inovativo é a principal vantagem competitiva desde que esta esteja relacionada à promoção da capacidade empresarial de pesquisa e desenvolvimento, identificação de novos produtos e capacidade de aprendizagem local.

O desenvolvimento é consequência das relações humanas, pois dependem das escolhas das pessoas, dos sonhos, desejos, vontades e decisões. Isso se chama protagonismo local no qual não há como promover o desenvolvimento sem o estímulo desse protagonismo; para que isso ocorra é preciso que haja alterações nas condições que possibilitam a concentração de conhecimento, poder e riqueza, gerando como consequência exclusão social e pobreza. Percebe-se então que, para promover o desenvolvimento é preciso que ocorram mudanças, políticas, econômicas e sociais. (PAULA, 2008).

Para potencializar o desenvolvimento local a RedeSist cita medidas como o uso de novas tecnologias, equipamentos e sistemas, as condições de competitividade e inovação da base dessa potencialização que são as MPEs (Micro e Pequenas Empresas), o aproveitamento de potencialidades e sinergias locais contribuindo para a diminuição das desigualdades sociais, descentralização de políticas e desenvolvimento de novas políticas industriais que promovam o desenvolvimento sustentado de estruturas produtivas (LASTRES, 2004).

Quando se fala em desenvolvimento social, humano e sustentável significa pensar em um conceito que envolve o crescimento econômico atrelado ao crescimento de capital humano, capital social, boa governança e uso adequado dos recursos naturais. O capital humano significa o crescimento dos conhecimentos, habilidades e competências da sociedade, esse crescimento pode ser obtido através de investimentos relacionados à qualidade de vida tais como educação, habitação, saúde, alimentação, segurança etc. O que tem sido denominado como capital social é o crescimento da cooperação, confiança e organização social, onde quanto mais às pessoas se unirem em prol de interesses comuns, mais propícias serão as condições de desenvolvimento. Uma boa governança com uma capacidade gerencial da administração pública, através da participação ativa da sociedade, legitimidade e transparência sem dúvida é um fator que compõe o desenvolvimento. A boa utilização dos recursos naturais também é um fator para que haja desenvolvimento. (SILVEIRA & REIS, 2008).

Sobre desenvolvimento local sustentável, Buarque (1999) afirma que este é um processo que demanda aumento da qualidade de vida baseado em uma economia eficiente e competitiva que tenha certa autonomia em relação às finanças públicas, juntamente com a conservação dos recursos naturais e meio ambiente sendo este o conceito adotado para a pesquisa do presente trabalho.

Contudo Sachs (2002) aponta para os critérios de sustentabilidade social ressaltando que nem sempre o crescimento econômico gera desenvolvimento a não ser que esse crescimento proporcione geração de emprego e diminuição das desigualdades sociais e conseqüentemente da pobreza. Desde os anos de 1960 os economistas começaram a ressaltar a necessidade de analisar o desenvolvimento não apenas através do crescimento do PIB (Produto Interno Bruto), mas também em relação à geração de empregos.

Para Silveira e Reis (2008) o desenvolvimento para ser humana, social e sustentável precisa de um destaque local, pois a principal parte responsável pelo desenvolvimento em um determinado local são as pessoas que ali habitam, sem o interesse e envolvimento ativo dessas pessoas nenhuma política de desenvolvimento terá eficácia.

Segundo os mesmos autores, para obter a participação da comunidade é preciso que haja uma estratégia de planejamento para o aprendizado dessas pessoas em identificação de oportunidades, vantagens competitivas, limites e obstáculos ao seu desenvolvimento para que assim se possa escolher vocações, metas e prioridades para que se possa chegar de forma compartilhada ao planejamento e gerenciamento do desenvolvimento local.

O aprendizado, competitividade e inovação são fatores que de forma conjunta estão ligados a potencialização do desenvolvimento local. Paula (2004) afirma que o desenvolvimento local propicia a ampliação da capacidade de cada região em atrair novas oportunidades de negócio através da introdução social de propostas. O desenvolvimento econômico privilegia o ambiente local desde que estes sejam capazes de motivar vantagens competitivas e dinâmicas através de uma conversação que gere conhecimento e aprendizagem, pois para se ter aprendizado é preciso condições de infraestrutura e cooperação, e é através disso que se chega ao entendimento entre atores sociais.

Segundo Haveri apud Buarque (1999) o desenvolvimento local é o resultado da mobilização da sociedade para explorar suas capacidades e potencialidades. O desenvolvimento local normalmente encontra-se associado à inovação e mobilização coletiva, incentivando as potencialidades locais de acordo com as condições ofertadas pelo ambiente.

Já de acordo com Martins (2002) o desenvolvimento local enquanto planejamento não se encaixa em concepções ligadas ao crescimento material e pessoal, mas sim de uma iniciativa compartilhada de inovação e de empreendedorismo comunitários. O

desenvolvimento local é resultante da ação humana para enfrentar problemas e alcançar níveis elementares de qualidade de vida na comunidade.

Na concepção de Buarque (1999) o desenvolvimento local é resultado da capacidade de mobilização e estruturação dos atores e da sociedade local, com base em suas potencialidades e sua matriz cultural, definindo, explorando e buscando competitividade em uma realidade de transformações rápidas.

Considerando o APL (Arranjo Produtivo Local) como um centro dinâmico do desenvolvimento local, imagina-se um processo que começa na mobilização de territórios para o desenvolvimento, através da elaboração de grupos de atores locais que visa à criação de ambientes favoráveis resultando em uma maior densidade empresarial, de dinamismo econômico e social, e de especialização produtiva das regiões. (PAULA, 2008).

Em relação às políticas públicas voltadas ao desenvolvimento local, Silveira e Reis (2008) afirmam que quando se fala em políticas de desenvolvimento a maioria das pessoas acha que este fator é de total responsabilidade do governo, porém quando se analisa modelos bem sucedidos de desenvolvimento descobre-se que em grande parte dos casos existe uma cooperação entre estado, mercado econômico e sociedade.

Já para Paula (2008) muitas pessoas acreditam que a promoção do desenvolvimento é uma tarefa exclusiva do Estado através de políticas públicas. Sem dúvida o Estado é necessário, mas não é o suficiente para gerar desenvolvimento, que só será possível se houver a cooperação e parceria entre Estado, Mercado e Sociedade, mas para que essa parceria ocorra não se pode ficar parado esperando iniciativas governamentais. É preciso desenvolver habilidades de planejamento, negociação, concentração dos interesses e do diálogo.

A participação do Estado é de suma importância para a motivação de competitividade, pois tem o poder de preparar as instituições não somente na forma interna de competências, mas também no descobrimento de novas práticas produtos e processos (PAULA, 2004).

Um exemplo de incentivo fiscal financeiro repassado pelo Estado da Paraíba é o programa de concessão de crédito a empreendedores individuais ou grupos organizados, o Empreender Paraíba. Em vigor desde o dia 25 de janeiro de 2011, o Programa Empreender Paraíba gera concessão de crédito a pequenos e micro empreendedores além de grupos organizados como, por exemplo, os APLs, gerando acesso a serviços como tecnologias sustentáveis de produção, assistência técnica, qualificação de mão de obra, dentre outros; fazendo com que haja incentivo ao crescimento dos negócios e da economia de cada região do

estado melhorando conseqüentemente a distribuição de renda. (PORTAL DO GOVERNO DA PARAÍBA, 2012).

No tocante de políticas públicas em relação ao desenvolvimento regional/local Zampieri et. al. (2011) afirma que é necessário revisar estratégias tradicionalmente adotadas na formulação de políticas regionais no Brasil, pois estas apresentam conteúdos que não mais se adéquam à realidade local e as necessidades de uma economia globalizada. As abordagens centradas no nível territorial das grandes regiões (Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sul e Sudeste) devem ser substituídas por iniciativas políticas que encubram o setor sub-regional ou local, podendo assim, gerar diagnósticos mais precisos da situação e potencialidades dessas áreas menores. Surge por outro lado, como contraponto a essa tendência um movimento de regionalização econômica que visa um desenvolvimento mais equilibrado pautado na gestão de competências de cada local ou região. (ZAMPIERI et. al., 2011).

Silveira e Reis (2008) citam o DLIS (Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável) como uma forma de condutor ao desenvolvimento local que é o processo de transformar as vantagens competitivas de certa localidade em favor do crescimento econômico e conseqüentemente do aumento do capital humano, social, otimização das condições de governo e uso adequado dos recursos naturais. Entende-se como local qualquer setor sócio-territorial que possua uma característica que o diferencie dos demais territórios. Por integrado entende-se um modo de desenvolvimento que enfatiza a interação entre as pessoas em âmbito local e interação entre os fatores econômicos, sociais, políticos e culturais que interferem no desenvolvimento. Como sustentável entende-se satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a capacidade de satisfação das gerações futuras.

Sobre Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS), Paula (2008) afirma que esta é uma estratégia de mobilização da sociedade de determinada localidade para promover o desenvolvimento. O início desse processo se dá através da tentativa de mobilização das lideranças locais para a construção de parcerias entre Estado, Mercado e Sociedade..

Ressaltando a importância do desenvolvimento para criação ou inovação de uma empresa ou grupo de empresas, Schumpeter apud Zampieri et. al. (2011) afirma que o desenvolvimento se caracteriza como uma mudança definida pela realização de novas combinações como a introdução de um novo bem; introdução de um novo modo de produção; abertura de um novo mercado; posse de uma nova fonte de oferta de matéria-prima e; pelo estabelecimento de uma nova organização. E através das mudanças proporcionadas pelo desenvolvimento é que se pode chegar à criação de um Arranjo Produtivo Local.

2.1.1 Arranjo Produtivo Local

Desde o início do interesse pelo tema aglomerados industriais surgiram vários termos relacionados a esse assunto para que haja a identificação dos mesmos como complexos, clusters, distritos industriais, polos indústrias, redes de interação, cadeias produtivas, dentre outros. Contudo cada tipo de aglomerado possui características diferentes e por alguns desses termos serem usados como sinônimos tem havido um desentendimento sobre o real significado de cada termo. (CABETE, 2008).

O conceito de Distrito Industrial para Becattini (1999, p. 14) trata-se de “uma entidade sócio-territorial caracterizada pela presença ativa de uma comunidade de pessoas e de uma população de empresas num determinado espaço geográfico e histórico”. Para Lastres e Cassiolato apud Aquino (2005, p.157), “o distrito industrial é uma aglomeração de empresas com especialização produtiva e interdependência horizontal ou vertical”.

Em relação à Cadeia Produtiva Aquino (2005) afirma que o conceito de Cadeia Produtiva se desenvolveu inicialmente com foco na produção agropecuária e florestal, objetivando facilitar a compreensão do processo produtivo de determinada indústria partindo da visão sistêmica de produção de bens. Portanto, este conceito pode ser aplicado na análise das indústrias de qualquer setor não se restringindo a problemas de espaço geográfico determinado.

Para Porter (1999) Clusters é uma concentração local de empresas interligadas e instituições que seguem uma mesma linha de produção propiciando desenvolvimento e tecnologias específicas para este segmento e ainda agrega empresas e torna da competição e a cooperação na qual esses dois pontos interagem mutuamente.

Em relação à ligação do conceito de Clusters e APLs, outros autores citados por Aquino (2005) afirmam que o termo Clusters é um sinônimo de APL, ou que APL pode ser uma espécie de Cluster formado por empresas de pequeno e médio porte, ou ainda que se diferenciar Cluster e APL é complicado, pois há existência de similaridades nas definições se comparados os conceitos apresentados. (BEDÊ, 2002; CAPORALI e VOLKER, 2004; NORONHA e TURCHI, 2005). Porém neste estudo, opta-se pelo conceito de APL por se adequar melhor à realidade dos aglomerados no Brasil.

O conceito de APL adotado no presente trabalho é o proposto por Cassiolato & Lastres (2003, p. 27) onde APLs são definidos como:

... Aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais com foco em um conjunto específico de atividades econômicas que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros e suas variadas formas de representação e associação. Incluem também diversas outras instituições públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos (como escolas técnicas e universidades); pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento.

Para Gualda e Souza (2005, p. 276-277) APLs são:

...uma aglomeração geográfica e setorial de produtores especializados de bens e serviços diferenciados, que mantêm vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizado entre si e outros agentes também especializados, que podem ser produtores de bens e serviços finais até fornecedores de insumos e equipamentos, prestadores de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros. Apresentando grande número de empresas de porte variado, com presença significativa das de micro e pequeno porte.

No fim do século XIX Alfred Marshall deu início aos primeiros estudos sobre os benefícios dos aglomerados industriais, utilizando o termo Distrito Industrial para definir os aglomerados de pequenas e médias empresas situadas em volta de grandes organizações, enfatizando que as empresas que se localizavam numa mesma região desenvolviam mais competência e competitividade. Segundo Alfred Marshall os distritos exerciam bom funcionamento devido à cooperação no processo produtivo entre os agentes, gerando assim qualificação de mão de obra e aprendizado (MARSHALL, 1985).

Para Cabete (2008) o conceito de Distrito Industrial só foi introduzido de fato no século XX especificamente entre os anos de 1950 e 1970, quando houve a inicialização de práticas de políticas regionais e polarização, ou seja, as políticas atraíam grandes empresas através de incentivos fiscais para que essas construíssem blocos de investimento em regiões desfavorecidas. Porém, em meados de 1980 e 1990 percebeu-se que esse tipo de política não tinha muita eficácia e eram necessárias novas formas de intervenção pública para gerar desenvolvimento regional, e a partir deste fato nasce um grande interesse em aglomerados de empresas com a finalidade de estimular o desenvolvimento específico de regiões e locais.

No decorrer dos últimos anos o conceito de APL tem influenciado discussões acerca de organizações industriais e desenvolvimento regional e local, tornando-se referência para a formulação de políticas setoriais devido aos efeitos que essa forma de organização empresarial causa na competitividade das empresas e no crescimento econômico. Porém, esses efeitos estão diretamente interligados a capacidade que as empresas têm ou terão de criar um ambiente propício à inovação, cooperativismo e desenvolvimento de relações

externas com instituições e organizações principalmente aquelas ligadas a inovações tecnológicas. (PAULA, 2004).

A mobilização de agentes produtivos através de atores coletivos se destaca como uma das estratégias principais nas políticas dos países principalmente os menos desenvolvidos. Seus principais objetivos são modernizar, fortalecer e dinamizar estruturas produtivas, promover a inclusão de segmentos e regiões marginalizadas e gerar estímulos ao desenvolvimento local, reduzindo as desigualdades (REDESIST, 2012).

A formação de APLs é algo localmente construído em função de condições propícias, pois é a concentração local de empresas que exercem uma atividade específica, mas isso não significa que em qualquer lugar possa surgir um APL, pois nem sempre um local oferece condições propícias para a criação de um Arranjo Produtivo Local (PAULA, 2004).

Os APLs se caracterizam de acordo com Lastres e Cassiolato (2003); Arbix (2004) por:

- I. Dimensão territorial;
- II. Aglomeração de empresas de pequeno e médio porte que exploram uma mesma atividade econômica;
- III. Diversidade de atores econômicos, políticos e sociais;
- IV. Cooperação e troca de informação entre empresas;
- V. Conhecimento tácito;
- VI. Cultura e relações de confiança entre empresas;
- VII. Inovação e aprendizado interativos;
- VIII. Apoio institucional público ou privado às atividades comuns ao setor;
- IX. Governança e grau de enraizamento

Para Moutinho (2003) a importância que a inovação e o aprendizado promovem para a ampliação, qualificação e diferenciação entre os atores sejam de forma individual ou coletiva. Para o autor as limitações tecnológicas e de capacitações locais direcionam o foco para a importância de capacitação, aprendizado e inovação para que haja um reconhecimento da importância desses fatores como articuladores entre os agentes, tornando esses processos substanciais para promover a competitividade entre os agentes individual ou coletivamente. As diferenças entre redes de países e regiões destacam-se justamente devido às interações tecnológicas serem absorvidas de formas diferentes já que a cultura de aprendizado varia entre redes localizadas em lugares distintos.

Já para Lastres (2004) os processos de atuação coletiva, cooperação, inovação e aprendizagem de grupos de empresas gera uma competitividade dinâmica que trás benefícios a esses aglomerados, porém a dinamização desses processos passou a ser uma das principais

preocupações das políticas de promoção de desenvolvimento tecnológico e industrial principalmente em relação às formas de instrumento de promoção das MPEs (Micro e Pequenas Empresas).

Contudo Barbosa e Temoche (2006) afirmam que a aglomeração de empresas ou produtores facilita a acessibilidade em relação à mão de obra especializada, fornecedores e insumos, além da facilitação de troca de informações entre os atores, exclusão parcial de dificuldades e aumento da capacidade de resposta às mudanças de demanda entre firmas. Os autores ressaltam também a importância da competitividade entre os arranjos afirmando que este fator aperfeiçoa a qualidade e produtividade do trabalho além da capacitação produtiva e inovadora, preparando assim, estes aglomerados para enfrentar os desafios de uma ordem econômica mundial.

Cassiolato e Szapiro (2003) afirmam que as relações entre redes locais beneficia o acirramento de concorrência e através disso aumenta conseqüentemente a capacidade de inovação e de crescimento. A partir do início dos anos 1990 o conceito de competitividade foi associado ao de aglomerações de empresas e esse próprio conceito foi otimizado ligando-se esta ideia a de redes que seria uma espécie de conexão de fornecimento entre empresas.

Os Arranjos Produtivos Locais estão ligados a vários núcleos locais a exemplo de governos, associações, instituições de crédito, desenvolvimento e pesquisa para que assim possam motivar o aumento da competitividade entre as empresas e fazer com que essas tenham uma vida útil durável, pois o aglomerado de empresas em um determinado local obtém sucesso graças às questões socioculturais da sociedade em que as empresas estão inseridas, fazendo com que haja o fortalecimento destas através do incentivo ao desenvolvimento e ao trabalho contínuo (BARBOSA; TEMOCHE, 2006).

Para se entender Sistemas e APLs a RedeSist (2012) fundamenta-se na visão sobre inovação e mudança tecnológica destacando que inovação e conhecimento tornam-se cada vez mais elementos centrais de crescimento de nações, regiões, organizações e instituições. A inovação é um processo de busca e aprendizado fortemente influenciado por formas institucionais e organizacionais específicas.

Segundo Lastres (2004) Sistemas e Arranjos Produtivos Locais tem foco na investigação de relações entre conjuntos de empresas, fluxo de conhecimento e processo de aprendizado para as capacitações produtivas, organizacionais e inovativas, tendo como fonte de diversidade e vantagem competitiva a proximidade geográfica, identidade histórica, institucional, social e cultural.

Conforme definição proposta pela RedeSist (2012), Sistema Produtivo e Inovativo Local são conjuntos de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo

território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizagem. Geralmente incluem empresas produtoras de bens e serviços finais, prestadoras de serviço, cooperativas, associações e organizações voltadas à formação e treinamento de recursos humanos, informação, pesquisa, desenvolvimento e engenharia. Já os APLs são casos de sistemas fragmentados e que não apresentam significativa articulação entre os agentes.

Segundo a RedeSist (2012), um dos vários fatores que marcaram a chegada do novo milênio foi o ressurgimento do interesse sobre o poder que as micro e pequenas empresas podem ter em relação ao desenvolvimento regional e reestruturação produtiva; e tal ressurgimento trouxe consigo o reconhecimento de que a coletividade gerada em arranjos e cadeias produtivas locais aumenta as chances de crescimento e sobrevivência de micro e pequenas empresas – MPEs (LASTRES 2004).

Portanto percebe-se a importância dos APLs para o fortalecimento da economia de localidades onde estes aglomerados existem e sua relação com o desenvolvimento local e empreendedorismo, tornando-se assim um fator de suma importância para a geração de emprego e renda e conseqüentemente de diminuição da pobreza.

2.2 EMPREENDEDORISMO

De acordo com Robert Hisrich e Michael Peters (2004, p.29) entende-se empreendedorismo como:

O processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Sobre o conceito de empreendedorismo Roma (2006) afirma que não existe um consenso geral sobre este conceito, porém sabe-se que há uma ideia de que os empreendedores desempenham a função de identificar oportunidades e transformá-las em vantagens econômicas. Percebe-se então, que o empreendedorismo é um processo executável em ambientes distintos e causa mudanças no setor econômico devido à inovação gerada por esses empreendedores.

Para Peres (2009) o empreendedorismo tem recebido mais atenção e iniciativas dos governos em todo o mundo, passando a reconhecer assim a importância deste ramo tanto para o campo econômico quanto para o cultural, pois as empresas tendem a aumentar suas atividades empreendedoras por conta do aumento da competitividade.

O empreendedorismo para Roma (2006) tornou-se uma opção para geração de empregos e criação de uma nova classe empresarial ativa e globalizada, além da capacidade que novas empresas têm em diversificar a prestação de serviços e produtos, buscando continuamente a inovação, tornando o empreendedorismo um fator importante no processo de otimização da qualidade de vida da população.

Para Schmidt e Bohnenberger (2009) o termo empreendedor no século XVI descrevia o indivíduo com características de coordenar ações militares e assumir responsabilidades; porém apenas no fim do século XVII e início do século XVIII que este termo serviu para caracterizar o indivíduo que criava e desenvolvia projetos ou negócios.

O primeiro uso do termo empreendedor pode ser creditado a Marco Polo, que com uma visão empreendedora assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro para vender suas mercadorias correndo todos os riscos físicos e emocionais dessa transação. Na idade média o termo empreendedorismo foi utilizado para definir o indivíduo que gerenciava projetos. No século XVII houve os primeiros indícios de relação entre empreendedorismo e risco, no qual o empreendedor estabelecia um acordo com o governo para realizar serviços e fornecer produtos. No século XVIII devido ao início da industrialização o capitalista e o empreendedor foi diferenciado. No final do século XIX e início do século XX os empreendedores foram confundidos com gerentes ou administradores, fato que ocorre até os dias atuais, sendo o empreendedor analisado meramente como um ator que organiza e dirige uma empresa, esclarecendo que todo empreendedor deve ser um bom administrador, mas nem todo administrador é um bom empreendedor, pois este possui certas características e atitudes que o diferencia do administrador (DORNELAS, 2005).

Atualmente o mundo está dotado de tecnologias que interligam as sociedades através da transmissão de informações com cada vez mais indivíduos aprendendo a desfrutar desses benefícios. “O empreendedor é um criador ou desbravador de novas oportunidades capaz de alterar eventualmente o próprio paradigma tecnológico ou produtivo existente”. (VALE et. al. 2008, p.8).

Relacionando a capacidade do empreendedor em inovar, Mossato (2004) afirma que os empreendedores são os agentes de desenvolvimento econômico, pois promovem uma economia cheia de oportunidades, dinâmica e competitiva. Afirma que a real concorrência entre as empresas na economia está justamente entre as empresas que geram novos produtos e que conseqüentemente retiram os produtos antigos de circulação no mercado, ou seja, as empresas inovadoras que são as que conseguem sobreviver na dinâmica capitalista de permanente estado de inovação, criação de novos hábitos de consumo, mudanças, e substituições de produtos.

Já para Vale et. al. (2008) o empreendedor não tem apenas a capacidade de visão e criação de novos conceitos, mas também tem a capacidade de interligar recursos que a outros olhos poderiam não parecer compatíveis, gerando assim um novo nicho de mercado para concorrer com os já existentes, ou seja, ter capacidade de inovar.

A função do empreendedor segundo a teoria Shumpeteriana é de reformar ou reformular um padrão de produção através de uma possibilidade tecnológica que ainda não tenha sido testada, ou seja, inventar um novo processo de produção; ou ainda produzir algo existente de um modo diferenciado seja por fonte de suprimentos diferenciados ou nova distribuição para os produtos, em outras palavras, inovar. (SHUMPETER apud RAUPP & BEUREN, 2006).

Segundo Dornelas (2005) os empreendedores estão estimulando o comércio e a cultura, eliminando barreiras, recriando conceitos econômicos, inovando as relações de trabalho e emprego e conduzindo a sociedade, através desses fatores, a gerar riquezas.

Raupp & Beuren (2006) acrescentam que o empreendedor pode ser considerado como uma pessoa que faz com que uma simples ideia se torne um grande negócio. Porém nem sempre esse novo empreendimento alcança o sucesso, mas o empreendedor busca retirar do insucesso oportunidades para dar uma nova “cara” ao empreendimento através de inovação e criatividade.

Para Fillion (1999, p.19) “o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócio”.

Ligando empreendedorismo ao desenvolvimento local, Paula (2008) fala sobre o combate da pobreza através do resgate da autoestima das pessoas que se encontram em estado de vulnerabilidade social e afirma que essa vulnerabilidade impede esses indivíduos de serem pessoas empreendedoras e donas do seu próprio futuro. Afirma ainda que é preciso perder o medo, correr riscos e ousar, ter confiança em si próprio para que assim possam se tornar capazes de gerar seu próprio desenvolvimento e conseqüentemente o desenvolvimento da localidade onde vive. A única maneira de superar a pobreza é através do desenvolvimento focado principalmente na qualidade de vida das pessoas de hoje e das que viverão no futuro.

Relacionando empreendedorismo com o desenvolvimento de APLs (Arranjos Produtivos Locais), Schmidt & Dreher (2007) citam que a cultura empreendedora que é caracterizada pela concentração de duas ou mais formas de empreendedorismo, por exemplo, perfil empreendedor e ações de empreendedorismo coletivo; são fundamentais ao desenvolvimento econômico, tornando esse nicho capaz de mudar ou transformar a realidade econômica de determinada região. Portanto torna-se fundamental a existência de uma cultura

empreendedora para a criação e desenvolvimento de um APL, pois se vários empreendedores atuam conjuntamente eles conseguem fortalecer as empresas que formam um APL e a comunidade ali inserida em razão da cooperação, inovação e integração que existem entre esses atores.

2.2.1 O Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil delineou-se a partir da década de 1990 com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) e ações como os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços), Brasil Empreendedor, do Governo Federal, entre outros (DORNELAS, 2005).

Segundo Dornelas (2005) existe dois tipos de empreendedorismo, o por oportunidade no qual o empreendedor tem visão, sabe como e onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento antecipado atento a cada passo que irá tomar para gerar crescimento para empresa, lucro e empregos. E o empreendedorismo por necessidade no qual o indivíduo se arrisca na jornada empreendedora por falta de opção ou por desemprego, geralmente esses negócios são criados informalmente, sem planejamento de forma adequada e muitos fracassam rapidamente agravando as estatísticas de criação e mortalidade de empresa; sendo esse tipo de empreendedorismo mais comum em países em desenvolvimento como o Brasil.

Diante da ameaça de perda de emprego formal, vários brasileiros abraçaram o empreendedorismo como forma de proteção e garantia de renda assim como uma forma de fugir do desemprego e das incertezas e medos provenientes da crise econômica mundial que se estendeu de 2008 a 2009. Em 2009 o Brasil bateu a marca histórica que era de 12% de empreendedores na população nacional, passando a ser nesse ano de 15%. (AIDAR, 2010).

De acordo com Greco et. al. (2009) o Brasil deteve em 2008 a 13ª posição no ranking mundial de empreendedorismo pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM). A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12,02%, ou seja, a cada 100 brasileiros 12 realizavam alguma atividade empreendedora. E ainda segundo a autora baseando-se na pesquisa GEM, o Brasil detinha em 2008 cerca de 14,6 milhões de pessoas em atividades empreendedoras.

O empreendedorismo está se tornando cada vez mais frequente no Brasil, devido às dificuldades socioeconômicas que os pais enfrentam na atualidade e que reduzem as oportunidades de ingresso no mercado de trabalho, para fugir do desemprego os brasileiros

têm optado por abrir seus próprios negócios, com isso a cada dia surgem novas empresas e novos empreendedores, mais um fato preocupante é a falência de muitas organizações empreendedoras devido à desqualificação educacional e a desmotivação dos empresários para utilizarem novas ferramentas gerenciais que possam expandir e profissionalizar suas atividades, o que faz abrir os olhos para uma necessidade maior de fundamentações práticas de empreendedorismo nas universidades, e o oferecimento de cursos voltados para essa área que vem crescendo muito a cada dia no nosso país. (CRUZ JÚNIOR; et al. 2006.).

A cada ano dados provam que o número de empreendedores por oportunidade no Brasil vem crescendo enquanto que o de empreendedores por necessidade vem se mantendo abaixo de 6%, caracterizando assim uma melhora nos ramos de empreendimento no Brasil, pois existe um aumento do número de empreendedores qualificados no mercado, pessoas que escolhem empreender por vocação e não por necessidade. (AIDAR 2010).

Segundo Greco et. al. (2009) dados da pesquisa GEM 2008 mostram que no período entre 2006 e 2008 o número de empreendedores por oportunidade no Brasil eram cerca de 9.783.000 pessoas e de empreendedores por necessidade entre os anos de 2005 a 2007 eram de apenas 4.812.000. Esses dados mostram mais uma vez que o empreendedorismo está sendo desejado e não imposto por necessidade.

Para Chalela (2008) o fator que gera vulnerabilidade ao mercado brasileiro é a quantidade de micro e pequenas empresas que são criadas sem condições de competição e conseqüentemente não sobrevivem às turbulências econômicas ou concorrência mais estruturada. Mesmo que existam empresas de grande porte no país a maioria do universo econômico é gerado por empresas de porte pequeno e para tornar o Brasil competitivo em escala global é preciso que haja o desenvolvimento de uma estrutura econômica alinhada com um crescimento econômico sustentável.

Porém, com relação às dificuldades de se empreender no Brasil, Roma (2006) destaca que o país de maior taxa de juros do mundo entre os países emergentes é o Brasil. Para qualquer empreendedor brasileiro, recorrer a financiamentos bancários significa um alto risco; sabe-se que empreendedores têm certa inclinação por tomar riscos, mas são inúmeros os casos de empreendedores que perderam seus negócios para juros bancários e além desses altos juros dificultarem o acesso do empreendedor ao financiamento promovem um lento crescimento da economia.

Quando falamos em empreender falamos, claro, de uma boa dose de coragem e inovação contínua e para que haja mercado consumidor para esta contínua inovação, é necessário haver crescimento. Quando o país não cresce, os empreendimentos sofrem. (ROMA, 2006, p.78).

É fato que a cultura empreendedora se torna cada vez mais forte entre os brasileiros e que devido ao estímulo e aumento do conhecimento das pessoas que se interessam por esse tema, a qualidade dos novos empreendimentos gerados nos últimos anos está sendo superior aos negócios anteriormente abertos. Isso mostra o quão importante o empreendedorismo se torna para manter aquecida a economia através da abertura de novos negócios e consequentemente ao estímulo de geração de novos empregos.

2.2.2 Micro e Pequenas Empresas

Segundo o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) grande parte dos empreendimentos no Brasil são formados por micro e pequenas empresas (MPEs). O bom desempenho da economia brasileira na última década aliado as políticas de crédito vem impulsionando o crescimento das MPEs no país. No Brasil mais de 1,2 milhões de novos empreendimentos formais são criados anualmente desse total 99% são MPEs. Elas são responsáveis por mais da metade dos empregos com carteira assinada no país, pode-se dizer que as micro e pequenas empresas são responsáveis por cerca de dois terços do total de ocupações geradas no setor privado da economia.

Para Filho et. al. (2007) as pequenas empresas são um dos principais agentes de crescimento e desenvolvimento econômico de um país, pois possibilitam a geração de empregos mais estáveis e duradouros e a criação de inovações tecnológicas.

Segundo Kornijezuk (2004) a Constituição Federal Brasileira dá tratamento jurídico diferenciado e simplificado às micro e pequenas empresas nos setores administrativo, tributário, trabalhista, de desenvolvimento empresarial e previdenciário. O conceito formal de microempresa trata-se da pessoa jurídica que tem receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais).

As pequenas empresas fornecem uma grande contribuição para o contexto socioeconômico do Brasil. Esses pequenos negócios surgem preenchendo os espaços criados pela crescente demanda do mercado consumidor, gerando assim oportunidades e inovações além da criação de novos postos de trabalho. (KORNIEZUK, 2004).

O SEBRAE define como porte micro as empresas com até 19 (dezenove) empregados na indústria e até 9 (nove) empregados no setor de comércio e serviços. Entre 2000 e 2010 as micro e pequenas empresas criaram cerca de 6,1 milhões de empregos com carteira assinada elevando assim o total de empregos de 8,6 milhões em 2000 para 14,7 milhões em 2010 (SEBRAE, 2010).

Em relação aos setores de atuação das MPEs o comércio é o maior setor, respondendo por metade do total de MPEs no país chegando a representar em 2010 51,5% do total desse tipo de empresas, em segundo lugar vem o setor de serviços representando 33,3% do total de MPEs em 2010, a indústria vem e terceiro lugar e em 2010 foi responsável por 10,7% das MPEs no país e em quarto lugar vem o setor de construção que no mesmo ano representou cerca de 4,5% do total de MPEs (SEBRAE, 2011).

A remuneração média real de empregados formais nas micro e pequenas empresas cresceu cerca de 1,4% ao ano, passando de R\$ 961 em 2000 para R\$ 1.099 em 2010, sendo assim, esse resultado obteve média acima da renda de trabalhadores do mercado formal (0,9% a.a) quanto dos empregados que prestam serviço em médias e grandes empresas (0,4% a.a). (SEBRAE, 2010).

No que diz respeito à formalização de empregos nas microempresas brasileiras, houve um aumento de 43,5% em 2001 para 50,9% em 2009, esse movimento afetou todos os setores citados anteriormente, sendo que o setor de comércio apresentou o maior número de formalização de empregados com carteira assinada com 56,9%, o setor de serviços apresentou 55,1% de formalização de trabalhadores, a indústria 50,6% e a construção civil 6,9%. (SEBRAE, 2010).

Nota-se que as MPEs são o tipo de empresa que domina o mercado brasileiro. Pessoas que decidem trabalhar por conta própria e abrir seu próprio negócio são os protagonistas nesse tipo de empreendimento e através dos dados apresentados acima é perceptível que as MPEs apesar de seu pequeno porte são as que geram empregos mais seguros e duradouros, diminuindo assim a taxa de desemprego no país.

2.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Em virtude das inovações tecnológicas e das transformações sociais, ao se analisar qualquer tipo de organização seja grande ou pequena, haverá sempre um confronto e identificação de uma série de fatores ligados ao comportamento humano. (ROMA, 2006).

Nos últimos anos o mundo vem passando por uma série de transformações, as invenções revolucionaram o modo de vida das pessoas e geralmente esse processo advém de inovações. Por trás dessas invenções existem grupos de pessoas com características diferenciadas, são indivíduos que questionam, tem visão, arriscam, almejam algo novo, fazem as coisas acontecerem e empreendem. Esses indivíduos são os empreendedores, são pessoas diferenciadas, tem paixão pelo que fazem, são motivados e buscam ser reconhecidos e

admirados pelos seus atos. Portanto os empreendedores que estão mudando o mundo devem ter seu comportamento estudado e entendido. (DORNELAS, 2005).

Segundo Tavares et. al.(2008) o empreendedor tem um papel fundamental seja em uma empresa privada ou em uma organização sem fins lucrativos. Percebe-se que o empreendedor passa a atuar em busca de satisfação pessoal sendo considerada uma pessoa motivada que tem auto realização pessoal, portanto entende-se que a necessidade de auto realização pessoal desse indivíduo pode gerar um novo negócio.

Uma empresa para ser empreendedora, necessariamente precisa de uma liderança empreendedora, pois é o papel do líder que impõe status a essa empresa. Através dessa linha de pensamento é essencial que se entenda as características de um indivíduo empreendedor. (MEIRA et. al., 2009).

Segundo Raupp e Beuren (2006) cada vez mais as organizações vem exigindo de seus administradores características empreendedoras com o objetivo de haver o acompanhamento e absorção de novas tendências e negócios. Também ressalta que para se dirigir uma empresa com sucesso é necessário por parte do empreendedor que este tenha conhecimentos diferenciados sobre cada etapa do ciclo de vida da empresa, destacando alguns conhecimentos gerais como conhecimentos técnicos relacionados ao negócio e conhecimentos de administração de empresas.

Em relação às diferenças entre o empreendedor e o administrador Dornelas (2008) acrescenta que o empreendedor vai além das tarefas destinadas a um administrador, ele tem uma visão maior e não se contenta apenas em fazer o básico, o empreendedor quer ir além, fazer mais do que deve ser feito. Porém todo empreendedor precisa ser um bom administrador para que assim possa tomar decisões corretas no momento certo, gerenciando e definindo prioridades adequadamente.

Percebe-se que historicamente na maioria dos empreendedores existe um grupo de características pessoais tais como: necessidade de sucesso, de autonomia, criatividade, maior aceitação ao risco e grande determinação (ROMA, 2006). O quadro a seguir descreve estas características.

Quadro 1 - Características Pessoais dos Empreendedores

Necessidade de sucesso	“A consequência clara e óbvia do sucesso do empreendimento: lucro e status; que representam o sucesso pessoal do empreendedor”. Roma (2006, p.34).
Necessidade de autonomia	O indivíduo empreendedor precisa sentir-se livre para confrontar problemas e oportunidades o tempo todo; isso, de fato, ocorre durante todo o processo empreendedor. Cielo (2001).
Criatividade	“A criatividade não tem sua importância concentrada somente no momento das resoluções de problemas, mas também e com igual importância no momento de geração de ideias empreendedoras”. Roma (2006, p.36).
Assumir riscos calculados	O empreendedor é tipicamente um apaixonado por riscos, mas por riscos calculados. Avalia os riscos e os mede constantemente, procurando situações e projetos que representem desafios grandes, porém controlados. (Uriarte, 1999).
Determinação	É a capacidade de se antecipar às convocações ou obrigações derivadas de um acontecimento bom ou ruim. Antecipar-se na busca de uma nova oportunidade ou mesmo na busca pela resolução de um problema que ainda não ocorreu. (Uriarte,1999).

Fonte: adaptado de Roma (2006 p.34-36).

Pessoas com uma grande necessidade de realização procuram mudanças em suas vidas, estabelecendo metas realistas e realizáveis, e se põem em situações de competitividade. A necessidade de realização é uma das primeiras características identificadas em um empreendedor bem sucedido reconhecido psicologicamente como o fator que impulsionam as pessoas a iniciar e construir um negócio. (PAULINO & ROSSI, 2003).

Para Schumpeter apud Kornijezuk (2004) o perfil traçado para o empreendedor descreve um indivíduo sonhador e que tem vontade de construir seu próprio império, tem o desejo de conquistar, lutar, mostrar superioridade perante os demais, tem a vontade de ser bem sucedido, de criar e realizar coisas procura a dificuldade, se transforma para tornar possível a transformação e delicia-se com novos empreendimentos. Esses traços de personalidade seriam congênitos ao indivíduo.

Para Dornelas (2005) um empreendedor de sucesso possui características e atributos pessoais que juntamente as características sociológicas e ambientais, auxiliam na criação de uma nova empresa, pois da ideia surge à inovação e desta uma empresa. O autor cita algumas características de um empreendedor de sucesso através do quadro a seguir:

Quadro 2 - Características de um Empreendedor de Sucesso

São visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de programar seus sonhos.
Sabem tomar Decisões	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator-chave para o seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Eles adoram o trabalho que realizam. E é esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e Autodeterminados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
São independentes e constroem o próprio destino	Eles querem estar à frente das mudanças e serem donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
São líderes e formadores de equipes	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que, para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabem ainda recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos onde não detêm o melhor conhecimento.
Planejam	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
Assumem riscos Calculados	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a Sociedade	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: adaptado de Dornelas (2005 p. 23-24)

Não são todos os indivíduos que possuem habilidades para a criação de um novo negócio, é necessário que este indivíduo seja dotado de algumas características que permitam converter o esforço do empreendedor no desenvolvimento de uma ideia inovadora que poderá resultar na criação de um empreendimento (RAUPP & BEUREN, 2006).

Segundo Filion (2000) organizações criadas por empreendedores são um complemento de seus mundos subjetivos, de suas características, o que eles fazem está intimamente ligado a interpretação que o indivíduo tem de um meio específico. A visão que o empreendedor tem de algo específico promove o desenvolvimento de um novo produto ou

processo fabril. Eles não apenas definem situações, mas também vislumbram o que pretendem alcançar, sua principal tarefa é imaginar e definir como irá executar seus planos.

Para Fillion apud Kornijezuk (2004) as características empreendedoras refletem características do local onde o indivíduo viveu, tratando assim o nascimento dessas características como um fenômeno relacionado a história e o local onde o indivíduo viveu.

Chiavenato (2008, p. 7), a respeito das características do empreendedor acrescenta:

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade [...] demonstra imaginação e perseverança, aspectos que o habitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Sobre a definição de um perfil empreendedor Paulino e Rossi (2003) afirmam que esta não é uma tarefa simples, as teorias a respeito do assunto mostram o quanto este tema é vasto. O ponto crucial dessa discussão é ter a visão de que no lugar de definir traços de personalidade definitivos é preciso que haja um estudo do perfil psicológico do empreendedor, pois assim acredita-se que isso possibilitará uma intervenção mais positiva em relação à potencialização ou formação de novos empreendedores.

Para Shmidt e Bohnenberger (2009) as características propostas para o perfil empreendedor em seu estudo foram conceituadas para a elaboração de um instrumento de medição através de alguns conceitos encontrados na literatura e outros elaborados com a participação de especialistas na área. Através disso chegou-se a elaboração do quadro a seguir que define as características atitudinais comuns do empreendedor.

Quadro 3 - Características Atitudinais do Empreendedor

Características Atitudinais	Descrição
Auto-eficaz	<p>“é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar a motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida” (Chen, Greene, & Crick, 1998, p. 296).</p> <p>“Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) tomar iniciativa; (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; (3) aceitar o risco ou o fracasso” (Hisrich & Peters, 2004, p. 29).</p>
Assume riscos Calculados	<p>“Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores” (Drucker, 1986, p. 33).</p> <p>“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (Kaufman, 1991, p. 3).</p>
Planejador	<p>“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3).</p> <p>“O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (Dornelas, 2001, p. 15).</p>
Detecta Oportunidades	<p>“é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (Markman & Baron, 2003, p. 289).</p> <p>“que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (Birley & Muzyka, 2001, p. 22).</p> <p>“A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p. 19).</p>
Persistente	<p>“capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até as privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman & Baron, 2003, p. 290).</p> <p>“Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida... A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento, com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação” (Souza, Souza, Assis, & Zerbini, 2004, p. 4).</p>
Sociável	<p>“Os empreendedores... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (Longenecker, Moore, & Petty, 1997, p. 3).</p>
Inovador	<p>Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.</p>
Líder	<p>“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (Markman & Baron, 2003, p. 114).</p>

Fonte: Shmidt e Bohnenberger (2009, p.453-454).

Contudo, percebe-se que o indivíduo que tem um perfil empreendedor como o citado na tabela acima, está dotado de características que o fará ser um profissional de

sucesso, engrandecendo qualquer atividade que se propunham a fazer. Estamos falando aqui de um modelo ideal que abrange as principais características que um empreendedor deve ter.

Porém, segundo Filion (1999) não foi possível até hoje traçar um perfil cientificamente psicológico do empreendedor, pois não se pode avaliar uma pessoa e dar a certeza de que ela irá de fato ser uma boa empreendedora; pode-se dizer apenas se esse indivíduo tem características ou não de um empreendedor.·.

2.4 O SETOR CALÇADISTA E POLO COUREIRO-CALÇADISTA DA CIDADE DE PATOS/PB

A indústria calçadista brasileira desenvolveu-se economicamente a partir de 1824 com a chegada de imigrantes alemães ao Rio Grande do Sul, especificamente no Vale do Rio dos Sinos, onde trabalhavam com o manejo da terra, criação de animais e também com artesanato principalmente com confecção de artigos de couro. Inicialmente a produção era caseira e o principal artefato produzido eram os arreios de montaria. A confecção de artigos de couro se tornaria maior com a chegada da guerra do Paraguai (1864-1870), que culminou na ampliação de demanda não só de arreios, mas de calçados também, fazendo com que a produção se tornasse mais industrializada através da criação de curtumes¹ e fabricação de máquinas. (ABICALÇADOS, 2012).

A primeira fábrica de calçados do Brasil foi inaugurada no Vale dos Sinos em 1888, desde então a indústria calçadista gaucha se expande a cada ano e hoje tem um dos maiores clusters calçadista do mundo. No início da década de 1960, ocorreu o início da ampliação da comercialização de calçados para o exterior sendo que, a primeira grande exportação brasileira de calçados ocorreu em 1968 para os Estados Unidos. A partir desse acontecimento novos mercados se abriram no exterior e o ramo calçadista brasileiro aumentou. Em 2011 o setor calçadista nacional tinha mais de 8 mil fábricas e empregava cerca de 340 mil trabalhadores. Só ano passado havia mais de 150 países importando calçados brasileiros, as exportações atingiram cerca de US\$ 1,5 bilhões com o embarque de 113 milhões de pares de calçado. (ABICALÇADOS, 2012).

Na Paraíba, as atividades de produção de calçados e curtimento de couro, deram-se em meados de 1824 e o trabalho era realizado de forma totalmente artesanal (BARBOSA; TEMOCHE, 2006).

Desde o desenvolvimento do ciclo do gado, a região nordestina vem utilizando o couro como matéria-prima para uma produção considerável de objetos que iam desde

¹ Estabelecimento onde se curtem couros. Indústria que se dedica ao tratamento de peles finas e de couro. (Dicionário online de português, 2012).

utensílios domésticos a calçados, passando por vestimentas de couros onde se destacaram o gibão, o chapéu, o cinto, botinas, perneiras, sapatos, chinelos, etc. (PORTAL DO GOVERNO DO ESTADO, 2012).

Segundo Kerle e Moutinho (2005), o início da colonização no sertão juntamente com a fabricação de calçados, se desenvolveu a produção de artefatos como gibões, luvas, selas, perneiras e itens de montaria como cordas e arreios, utilizando o couro do gado criado no semiárido.

Em meados de 1923 surgiu em Campina Grande o primeiro curtume, no qual a produção era destinada a confecção de artefatos de montaria, criando a partir desse fato, condições para o crescimento da indústria de calçados. A mudança da produção artesanal para a industrial aconteceu primeiramente em Campina Grande e depois em Patos (KERLE; MOUTINHO, 2005).

Sobre o desenvolvimento do setor calçadista no nordeste, Barbosa e Temochem (2006) afirma que nos anos de 1960 a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), implementou políticas de incentivos fiscais para que houvesse a implantação de métodos modernos de produção como o mercado da época exigia.

Em meados da década de 1990 muitas indústrias de calçados se deslocaram do Sul e Sudeste para o Nordeste em busca de mão de obra barata, de incentivos dos governos estaduais e, buscando adequar a produção para o mercado externo, já que a região nordeste tem um bom posicionamento geográfico para o escoamento de produtos para a região europeia e norte americano. Através desse fato o mercado que antes era local teve que se adaptar a um novo processo, o de exportação (SOUSA, 2005; BARBOSA e TEMOCHE, 2006; CORRÊA, 2001).

Atualmente, para Barbosa e Temoche (2006) as empresas calçadistas da Paraíba têm concentrado seus investimentos em inovação e tecnologia, já que este ramo de negócio está diretamente relacionado ao mundo da moda que é caracterizado por suas constantes mudanças, investindo em maquinário moderno para dar maior agilidade ao atendimento e desejos dos consumidores.

A maior concentração de indústrias de calçados encontram-se nas cidades de João Pessoa, Campina Grande e Patos, sendo que nas cidades de Campina Grande e Patos as indústrias foram desenvolvidas geralmente de forma artesanal e em João Pessoa esse desenvolvimento ocorreu na década de 90 através de incentivos governamentais (BARBOSA; TEMOCHE, 2006).

Kerle e Moutinho (2005) afirmam que embora não se possa contar com registros que assegurem a data para o início das atividades calçadista em Patos, é quase certo que

através de entrevistas com os sapateiros mais antigos na época da pesquisa, que as atividades coureiro-calçadista iniciaram-se nos anos de 1930.

Em seus estudos, Kehrlé e Moutinho (2005) buscam caracterizar o setor calçadista de Patos onde os resultados de sua pesquisa demonstram que a produção predominante no arranjo de Patos é a informal estando o maior número de empregados ligados a esse tipo de empresa. A pesquisa também mostra que a produção de alta qualidade tem certo peso na cidade, mas o que predomina é a fabricação de artigos populares. Os autores também citam as vantagens da aglomeração de fábricas para o arranjo como a facilidade que o mercado calçadista de Patos tem em se expandir para outros locais, esse fenômeno ocorre graças à existência de um grande número de produtores e a diversidade de seus produtos que atendem a demanda de seus compradores.

Segundo a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Patos (2005) a incidência de empresas informais está ligada a falta de capital de giro que impossibilita que os produtores regularizem suas empresas e aumentem sua capacidade de produção.

O município de Patos se caracteriza como um grande centro de distribuição e comércio pela sua localização geográfica estratégica, devido a sua fácil acessibilidade aos estados de Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará (SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PATOS, 2005).

Segundo documento elaborado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Patos (2005), existem cerca de 134 sócios vinculados a ASSPA (Associação dos Sapateiros de Patos) e aproximadamente 450 micro e pequenos produtores do setor informal espalhados pela cidade onde o sistema de produção dos sapateiros é processado em pequenas fabriquetas geralmente instaladas em sua própria residência.

Em relação ao volume de produção, o documento nos revela que se tratando de produção calçadista, Patos atinge o segundo lugar em fabricação de calçados no estado, detendo 25% da produção de calçados na Paraíba. Para que se possa dar conta de tamanha produção, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico da cidade afirma que existe cerca de 6.500 pessoas envolvidas diretamente na produção, tendo em vista também que os produtores autônomos ou associados agregam certas atividades aos seus familiares, pode-se estimar que o setor calçadista da cidade beneficie cerca de 26.000 pessoas indiretamente nessa ocupação.

Segundo relatórios técnicos elaborados pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Patos (2005) sobre o perfil dos produtores, existem cerca de 208 fabricantes que são responsáveis por uma produção semanal de calçados de cerca de 92.387 pares e são comercializados em todos os estados do nordeste, sudeste (Minas Gerais, Rio de Janeiro e São

Paulo), centro-oeste (Goiás, Distrito Federal e Mato Grosso), além da região norte (Pará, Roraima, Tocantins e Rondônia).

Em relação ao polo coureiro-calçadista da cidade, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Patos (2005) afirma em documento que toda a vocação para produção de calçado encontrada em Patos pode ser estimulada através de uma estrutura física que comporte o crescimento da produção juntamente com a qualificação profissional para que assim possa gerar entre esses produtores a possibilidade de haver crescimento profissional, econômico e pessoal a fim de fortalecer a autoestima desses trabalhadores que terão seus trabalhos valorizados pelo poder público governamental e sociedade civil. Os investimentos no polo visam fortalecer a economia local e a qualidade de vida de todos os atores envolvidos através da expansão da produção e sucesso dos empreendimentos.

3 METODOLOGIA

Para Oliveira (2007, p. 8), “a pesquisa científica visa contribuir para a construção do conhecimento humano em todos os setores da ciência pura ou aplicada, da matemática ou da agricultura, da tecnologia ou da literatura”..

No presente trabalho a metodologia utilizada quanto aos fins foi à pesquisa descritiva porque “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Gil (2002, p.42), pois se pretende expor as características deste polo, aplicando um questionário junto aos produtores dessa cooperativa a fim de colher informações para estudo.

A metodologia utilizada nos meios de investigação foi o estudo de caso que segundo Gil (2002, p.54) “consiste em um estudo profundo de um ou poucos objetos de maneira que permita seu amplo conhecimento e tem o propósito de descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação”.

Entende-se por amostra como “uma parcela convenientemente selecionada do universo (população), um subconjunto” (OLIVEIRA, 2006, p. 66). Quanto à população da pesquisa, formou-se pelos produtores do polo coureiro-calçadista de Patos/PB, mais especificamente entre os associados da ASSPA. Em relação à amostra, foram coletados dados de 50 (cinquenta) participantes onde os mesmos eram donos de pequenas fábricas. Os dados foram coletados em reunião mensal que ocorre na ASSPA todas as últimas segundas e terças feiras do mês, mais especificamente nos dias vinte e nove e trinta de outubro do corrente ano.

A coleta de dados foi feita através de questionário que teve questões fechadas e abertas e foi dividido em quatro partes onde a parte um tratava dos dados do respondente, a parte dois da caracterização do empreendimento, a três tratava do perfil empreendedor e a parte quatro do desenvolvimento local contendo um total de vinte e oito questões, a fim de colher o máximo possível de informações dos respondentes. O objeto que serviu de base para a elaboração da parte três do questionário foi à tabela de características atitudinais do empreendedor elaborado por Shmidt e Bohnenberger (2009).

O tratamento dos dados do presente trabalho foi feito através dos métodos qualitativos e quantitativos, pois foram tratados através de estatística, compreensão e descrição dos dados.

4 ANÁLISES DOS RESULTADOS

Após a análise dos questionários chegou-se aos seguintes resultados: Nos dados referentes à primeira parte, **Dados dos respondentes**, percebeu-se que a maioria dos entrevistados (66%) é do sexo masculino, como relatado no quadro a seguir:

Quadro 4 - Distribuição dos Respondentes por Sexo

SEXO	%	TOTAL²
Masculino	66	33
Feminino	34	17
	100	50

Fonte: elaborado pelo autor

Em relação à idade, a maioria dos respondentes (40%) tem entre 31 e 40 anos. O quadro a seguir ilustra essa afirmação:

Quadro 5 - Distribuição dos Respondentes por Idade

IDADE	%	TOTAL
Até 20 anos	2%	1
21 a 30 anos	18%	9
31 a 40 anos	40%	20
41 a 50 anos	28%	14
Mais de 50 anos	12%	6
	100	50

Fonte: elaborado pelo autor

No quesito estado civil, a maioria dos respondentes (62%) são casados como descrito no quadro a seguir:

Quadro 6 - Distribuição dos Respondentes por Estado Civil

ESTADO CIVIL	%	TOTAL
Solteiro	30%	15
Casado	62%	31
Divorciado	8%	4
Viúvo	-	-
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

² Refere-se ao número de pessoas que responderam a questão.

Em relação ao grau de escolaridade, a predominância dos respondentes (54%) alega ter o ensino médio. O quadro a seguir ilustra os dados:

Quadro 7 - Distribuição dos Respondentes por Escolaridade

ESCOLARIDADE	%	TOTAL
Ens. Fundamental	38%	19
Ens. Médio	54%	27
Ens. Superior	-	-
Não frequentou	8%	4
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

Os dados da primeira parte permitem uma maior caracterização dos produtores deste setor, pois através das respostas desta parte pode-se perceber que a maioria dos sapateiros são homens, entre 31 e 40 anos, casados e cursaram até o ensino médio. Isto mostra que possivelmente estes fatores estão ligados a questões abordadas mais a frente.

A segunda parte do questionário é composta pela **caracterização do empreendimento**. No quesito “fatores que levaram o indivíduo a iniciar seu negócio”, a maioria (34%) alegaram que abriram suas fábricas devido a experiências anteriores com o ramo calçadista, ou seja, possivelmente já trabalharam para outros sapateiros. O quadro a seguir ilustra essa situação:

Quadro 8 - Fatores que levaram o indivíduo a iniciar seu negócio

	%	TOTAL
Falta de emprego	32%	16
Experiências anteriores	34%	17
Influência de amigos	32%	16
Pesquisa	2%	1
Governo	-	-
Outros	-	-
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

Quando questionados sobre o ano de início das atividades do negócio; a maioria dos respondentes (44%) afirma ter iniciado suas atividades entre os anos de 2000 e 2012. O quadro abaixo ilustra essa situação:

Quadro 9 - Ano de início das atividades do negócio

ANO	%	TOTAL
Antes de 1980	2%	1
1980 a 1989	10%	5
1990 a 1999	16%	8
2000 a 2012	44%	22
Não responderam	28%	14
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

Em relação ao número de funcionários, a maioria dos respondentes (86%) afirmaram que há entre 1 e 10 funcionários alocados na produção como demonstrado no quadro a seguir:

Quadro 10 - Número de Funcionários

Nº	%	TOTAL
1 a 10	86%	43
11 a 20	10%	5
21 a 30	4%	2
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

No fator renda, questionou-se renda semanal dos fabricantes, porém não se teve um acesso exato a este dado apenas uma estimativa por conta da falta de registro financeiro dos fabricantes e nem todos os questionados quiseram ou souberam responder. A maioria dos questionados optaram por não responder este item, porém a maioria dos que responderam (30%) afirmam ter renda semanal entre R\$100 e R\$500 reais como ilustra o quadro a seguir:

Quadro 11 - Renda semanal do negócio

RENDA (R\$)	%	Total
100 a 500	30%	15
510 a 1.000	14%	7
Acima de 1.000	10%	5
Não responderam	46%	23
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

A segunda parte nos revela que as maiorias dos sapateiros entraram nesse ramo por falta de emprego, influência de outras pessoas ou por já ter trabalhado anteriormente com calçados. Este fato pode ter ocorrido pela necessidade de os homens terem que sustentar suas famílias,

já que a maioria dos entrevistados são casados e não tendo oportunidade de trabalho buscaram o setor calçadista por indicação de outras pessoas ou por necessidade de emprego.

A maior parte dos empreendimentos surgiram entre os anos de 2000 e 2012. Relacionando essa afirmação com os dados obtidos na primeira parte do questionário percebe-se que a maioria dos produtores tem idade entre 31 e 40, o que nos mostra que quando iniciaram seus negócios eram pessoas jovens que precisavam de um emprego e se arriscaram no setor calçadista. Portanto, as pessoas que se aventuram nesse setor geralmente o fazem na juventude.

Tendo na maioria dos casos de 1 a 10 funcionários e uma receita semanal de R\$100 a R\$500 reais, o que caracteriza essas fábricas segundo o SEBRAE como Micro e Pequenas Empresas (MPEs).

Já o tipo de empreendedorismo percebido entre os produtores através dos resultados é o empreendedorismo por necessidade, no qual geralmente as empresas são criadas sem planejamento e informalmente, o que é um fator comum em países em desenvolvimento como o Brasil (DORNELAS, 2005). Outro fator para que esse fenômeno ocorra são as dificuldades socioeconômicas que o país enfrenta, reduzindo a oportunidade de ingresso no mercado de trabalho o indivíduo resolve abrir seu próprio negócio (CRUZ JUNIOR et.al. 2006).

Na terceira parte do questionário foi abordado o **perfil empreendedor**. Segundo Raupp e Beuren (2006) não são todas as pessoas que possuem habilidades para criar um negócio, é preciso que este indivíduo seja dotado de algumas características que o permitam transformar uma idéia inovadora na criação de um empreendimento. O perfil empreendedor foi avaliado através de oito quesitos presentes na tabela de características atitudinais do empreendedor elaborado por Shmidt e Bohnenberger (2009) havendo três opções (Pouco, mediano e muito) para medir a intensidade de cada característica na personalidade do indivíduo. Cada quesito se refere a uma característica: (1) Detecta Oportunidades; (2) Auto Eficaz; (3) Persistente; (4) Inovador; (5) Planejador; (6) Líder; (7) Assume Riscos e (8) Sociável.

Quanto à primeira característica atitudinal, Detecta Oportunidades, descreve um indivíduo que tem facilidade de identificar, reconhecer e explorar oportunidades de negócio. Através dos resultados obtidos percebe-se que a maioria dos respondentes (50%) afirmam ter pouco dessa característica, ou seja, os produtores de calçados, em sua maioria tem dificuldade em identificar uma oportunidade de negócio, que é considerada, segundo informações da tabela apresentada no item 4.2 Perfil Empreendedor, desse trabalho, como sendo uma característica fundamental para quem deseja ser um empreendedor e segundo Dornelas (2005)

as boas ideias são geradas de coisas que todos podem ver mas nem todos podem transformar em oportunidade e para que isso ocorra é preciso ter visão. Este fator pode explicar o porquê de os sapateiros buscarem este ramo de trabalho por falta de emprego e sugestão de outras pessoas, já que possuem dificuldade para vislumbrar oportunidades de negócio.

Em relação à segunda característica atitudinal, Auto Eficaz, descreve um indivíduo que mobiliza os recursos necessários para ter controle sobre eventos que acontecem na sua vida, visando transformar essas situações para utilizá-las nos negócios. Através dos resultados percebe-se que na maioria dos respondentes (44%) esta característica é pouca, ou seja, os indivíduos não têm controle sobre eventos que ocorrem em suas vidas e provavelmente também não tem controle sobre o que ocorre em suas fábricas.

Na terceira característica atitudinal, Persistente, que descreve o indivíduo que trabalha de forma intensa sem saber se terá um retorno e sem desistir facilmente, a maioria dos respondentes (46%) afirmam que tem muito dessa característica em sua personalidade, ou seja, são pessoas que não desistem fácil e que gostam do trabalho. Esta característica pode estar ligada ao otimismo que segundo Dornelas (2005) faz com que as pessoas tenham amor pelo que fazem, pensando sempre no sucesso e não no fracasso, mantendo a animação e determinação naquilo que se dispõe a fazer. Esta característica pode explicar o porquê de o setor calçadista ser tão intenso na cidade mesmo com todas as dificuldades da informalidade e estruturação do negócio.

Na quarta característica atitudinal, Inovador, que descreve o indivíduo que tem criatividade, necessidade de realização e postura estratégica. Segundo Paulino e Rossi (2003) a necessidade de realização é uma das principais características de um empreendedor, pois esses indivíduos procuram mudanças em suas vidas e se põe em situação de competitividade. Os resultados revelam que a maioria dos entrevistados (52%) tem essa característica medianamente desenvolvida em sua personalidade, ou seja, pode ser que esses atores não tenham um grau tão desenvolvido de criatividade ou saibam apenas improvisar diante de um imprevisto, porém é preciso que haja um pouco mais de esforço e conhecimento por parte dos produtores para que se possa desenvolver por completo esta característica, pois o quesito Inovador é de grande importância tanto para os negócios quanto para o desenvolvimento local, afinal é através das mudanças ocasionadas pela inovação que se ocorre a potencialização de resultados, seja nos negócios ou no desenvolvimento da cidade.

O quesito número cinco das características atitudinais, Planejador, é quando o indivíduo imagina ou traça um objetivo visando onde e quando quer chegar, antecipando os fatos e tendo uma visão futura dos acontecimentos. A pesquisa nos revela que na maioria dos casos (36%) esta característica encontra-se mediana na personalidade dos sapateiros, ou seja,

os indivíduos nem sempre tem planos para suas ações dentro da empresa, podendo ser esta característica mais desenvolvida entre os produtores através de conhecimento, pois sem planejamento as chances de fracasso nos negócios aumentam.

Na sexta característica atitudinal, Líder, descreve um indivíduo que influencia outras pessoas a seguir seus pensamentos e tem um grande poder de persuasão. Segundo Dornelas (2005) os líderes são pessoas que sabem que para ter sucesso é preciso que haja uma equipe de profissionais competentes, tendo o poder de recrutar e persuadir as melhores mentes para por em prática o que pretende fazer. Através dos resultados obtidos, nota-se que esta característica é pouca entre os sapateiros (44%), ou seja, eles têm pouco ou talvez nenhum poder de persuasão perante outras pessoas.

Na sétima característica atitudinal, Assume Riscos, é aquele indivíduo que se arrisca inteligentemente em algo que futuramente poderá dar certo. Para Uriate apud Roma (2006) são indivíduos que avaliam os riscos, procurando situações que representem grandes desafios, porém controlados. Os resultados da pesquisa mostram que a maioria dos respondentes (58%) afirma ter pouco dessa característica, ou seja, esses indivíduos podem ter medo de se arriscar e fracassar, se acomodam com os fatos e não procuram inovar ou tem medo de crescer. Talvez este fator possa explicar o porquê de os sapateiros do setor informal terem suas fábricas pequenas e geralmente de fundo de quintal, também podendo explicar o porquê de muitos sapateiros estarem a tantos anos nesse ramo e ainda possuírem apenas uma micro empresa.

No último quesito para medir o perfil empreendedor, foi analisado o fator Sociável, que descreve a pessoa que utiliza de seus contatos ou rede de amigos para engrandecer seu lado produtivo ou profissional. A pesquisa nos mostra que a maioria dos respondentes (54%) afirma ter muito dessa característica em sua personalidade, ou seja, são pessoas rodeadas de amigos e essa amizade proporciona troca de conhecimento podendo gerar inovação e o crescimento do negócio. Este fator pode estar ligado à característica de APL que o polo calçadista possui e a cooperação que a Associação dos Sapateiros de Patos/PB gera. O quadro a seguir ilustra esta situação:

Quadro 12 – Perfil do Empreendedor

CARACTERÍSTICAS ATITUDINAIS (PERFIL EMPREENDEDOR)	POUCO	MEDIO	MUITO
DETECTA OPORTUNIDADES	50%	40%	10%
AUTO-EFICAZ	44%	30%	26%
PERSISTENTE	14%	40%	46%
INOVADOR	20%	52%	28%
PLANEJADOR	32%	36%	32%
LÍDER	44%	30%	26%
ASSUME RISCOS	58%	20%	22%
SOCIÁVEL	16%	30%	54%

Fonte: elaborado pelo autor.

Quando questionados sobre se houve um planejamento antes que se iniciassem as atividades do negócio, 48% responderam que sim e 52% responderam que não.

Quadro 13 - Planejamento

	%	TOTAL
Sim	48%	24
Não	52%	26
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

Quando questionados como houve o planejamento os respondentes alegaram que:

- Fizeram pesquisa de mercado para saber como o negócio funcionava,
- Pesquisa de orçamento,
- Busca para conhecer o setor através de diálogo com outros sapateiros,
- Parcerias com amigos e familiares.

Os indivíduos que fizeram planejamento hipoteticamente se engajam no perfil mediano da característica planejador, podendo esse planejamento ter ocorrido apenas na inicialização do negócio, pois se houvesse um planejamento contínuo muitas empresas já teriam se desenvolvido e aumentado de porte.

Quando questionados porque não houve planejamento os respondentes alegaram que:

- Não precisavam, pois já tinham experiência própria no ramo calçadista,
- Falta de conhecimento,
- Falta de tempo, pois tinha necessidade de abrir a fábrica rápido,

- Falta de dinheiro,
- Não sabia como fazer e
- Não tentou fazer.

O fato de o índice de não planejamento ser maior pode estar ligado ao baixo nível de característica Auto Eficaz na personalidade dos produtores, pois se o indivíduo não tem controle sobre os fenômenos que ocorrem em sua vida, não terá controle sobre o que ocorre em sua empresa.

Em relação ao financiamento a parte predominante dos respondentes (50%) afirmaram que financiaram seu negócio através de poupança. O quadro a seguir demonstra os resultados:

Quadro 14 - Financiamento do Negócio

FINANCIAMENTO	%	TOTAL
Poupança	50%	25
Família	28%	14
Amigos	12%	6
Empréstimos	5%	5
Outros	-	-
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

Quando questionados sobre a participação em algum curso em gestão de negócio, 28% afirmaram que sim e 72% responderam que não, quando questionados onde participaram do curso de gestão os respondentes afirmaram que foi no SEBRAE, ASSPA ou SENAI.

Quadro 15 - Curso em Gestão de Negócio

	%	TOTAL
Sim	28%	14
Não	72%	36
	100%	50

Fonte: elaborado pelo autor.

O alto índice de pessoas que nunca tiveram um curso em gestão de negócio pode estar atrelado à característica Inovador e Assume Riscos, pois o caráter mediano da característica inovador pode estar ligado à falta de conhecimento de alguns produtores, como também o baixo índice da característica assumir riscos calculados pode estar ligado também à falta de conhecimento.

A parte quatro do questionário, **Desenvolvimento local**, é formada por questões ligadas aos fatores que geram o desenvolvimento local. Iremos tratar os dados desta parte baseando-se no conceito de Desenvolvimento Local Sustentável, como apresentado no item 2 “Desenvolvimento Local” do referencial teórico que diz que o desenvolvimento local sustentável é o processo pelo qual há um aumento da qualidade de vida baseada em uma economia eficiente atrelado a conservação do meio ambiente e dos recursos naturais (BUARQUE, 1999).

O primeiro item busca saber a opinião dos produtores de calçados sobre se o setor calçadista gera emprego e renda para cidade, 94% afirmaram que sim, o setor calçadista gera emprego e renda para cidade e 6% afirmaram que não.

Quando questionados sobre porque da resposta, os que responderam o item sim afirmaram que:

- Várias famílias tiram seu sustento das fábricas,
- É um ramo que abrange muitos trabalhadores,
- Dá emprego a muitas pessoas e gera imposto para cidade,
- O setor é muito grande e movimenta bastante dinheiro na cidade
- Dá emprego para pessoas necessitadas,
- É a maior fonte de renda da cidade
- É a classe que mais contribui para o crescimento da cidade.

Os que responderam o item não afirmaram que:

- Só trabalha uma pessoa na fábrica,
- Não paga imposto e a maioria da produção é vendida para fora da cidade,
- Não gera emprego porque na fábrica só trabalham pessoas da família.

Percebe-se, através da análise dos dados que os produtores têm a consciência de que o setor calçadista é importante para a economia da cidade, pois como mostrado nos resultados da primeira parte “Dados do Respondente”, muitos fabricantes entraram nesse ramo por falta de emprego, ou seja, o setor calçadista deu oportunidade de trabalho para pessoas desempregadas e isso, sem dúvida, gera desenvolvimento à cidade e como afirma Sachs (2002) nem sempre o crescimento econômico traz desenvolvimento, a não ser que haja geração de emprego e diminuição da pobreza.

O item dois questiona se a Associação dos Sapateiros gera vantagens aos trabalhadores, 90% afirmaram que sim e 10% afirmaram que não.

Quando questionados sobre que tipo de vantagens a Associação gera aos trabalhadores, os respondentes citaram:

- Ajuda os trabalhadores a conseguir sua casa própria,
- Palestras e cursos profissionalizantes,
- Encontra galpão para o funcionamento da fábrica quando o trabalhador não tem casa própria,
- Ajuda na alimentação de famílias necessitadas quando o salário não dá para comprar tudo,
- Aperfeiçoa a mão de obra dos trabalhadores,
- Busca junto ao governo benefícios para os sapateiros,

Os que responderam negativamente afirmam não perceber e nem receber vantagens da Associação dos Sapateiros.

O terceiro item questiona se a ação conjunta gerada pelo polo calçadista entre os produtores influencia na troca de informações e inovação dos produtos. 90% afirmam que sim e 10% afirmam que não.

Quando questionados sobre o porquê de sua resposta, os que preencheram o item sim afirmam que:

- Mantém os produtores unidos,
- Gera troca de sugestões e os produtos se renovam,
- Gera interação e troca de conhecimento,
- Ajuda os sapateiros a se conhecer melhor e ajudar uns aos outros,
- A interação ajuda nas vendas de calçados dentro e fora da cidade,
- As reuniões na ASSPA ajudam na interação dos sapateiros e facilita na resolução de problemas dentro da comunidade,
- Há troca de ideias sobre modelos de calçados e materiais,
- Melhora a comunicação entre os sapateiros.

Os que escolheram o item não alegam que:

- Não vê resultados, o polo não influencia em nada,
- Nem todo mundo se conhece e nem sempre quem tem uma ideia nova quer compartilhar.

Por ser um APL o setor calçadista influencia na cooperação entre os atores e fortalece a produção, contribuindo para a redução da pobreza e qualificação dos trabalhadores. A ASSPA é o centro organizador desses atores e peça de fundamental importância para o polo, pois, dar auxílio aos trabalhadores e mantém o caráter cooperativo desse setor. A inovação e troca de conhecimento que gera entre os produtores é de suma importância para manter viva a competitividade do APL de Patos/PB com os demais, pois

para que haja um desenvolvimento econômico é preciso que o ambiente local seja capaz de motivar vantagens competitivas e dinâmicas através de uma conversação que gere conhecimento e aprendizagem (PAULA, 2004).

O item quatro pede a opinião dos produtores sobre se o governo dá incentivo financeiro suficiente para o desenvolvimento do polo. 18% afirmaram que sim e 82% afirmam que não.

Quando questionados sobre o porquê de suas respostas, os que afirmaram sim, o governo dá incentivo suficiente, alegam que:

- O governo mandou verbas para a construção do polo,
- Dar casa para quem não tem onde morar.

Os que responderam negativamente este item afirmam que:

- Falta apoio e incentivo aos sapateiros,
- O governo não tem interesse no desenvolvimento do polo,
- O polo ainda precisa de muitas melhorias,
- O governo deveria ajudar as fábricas clandestinas a se formalizarem.

Nas questões ligadas ao governo, nota-se que através das respostas obtidas, a maioria dos respondentes afirmam não ter incentivo financeiro do governo e como citado nos resultados da primeira parte do questionário “Dados do Respondente”, nenhum dos respondentes iniciou seu negócio por incentivo do governo. As políticas públicas em relação ao desenvolvimento local precisam ser revistas e substituídas por políticas que atendam a realidade local para que assim se possa haver uma maior potencialidade das qualidades de cada região (ZAMPIERI et. al., 2011).

Porém, percebe-se que através das justificativas encontradas no questionário os respondentes alegam que o governo não tem interesse no polo e não dá apoio e incentivo aos sapateiros, apenas alguns respondentes alegam a criação do polo como um incentivo governamental, mas acabam esquecendo que benefícios cedidos pela ASSPA vem do governo, como cursos profissionalizantes, programa de habitação e doação de alimentos. Não está se falando aqui que esses benefícios sejam suficientes, mas ajudam no desenvolvimento social das pessoas, ter onde morar e o que comer são fatores importantes para a diminuição da pobreza. Muitas pessoas acham que a promoção de desenvolvimento é tarefa apenas do Estado através de políticas públicas, sabe-se que a intervenção do Estado é necessária, mas não é o bastante para que ocorra desenvolvimento, tem que haver uma parceria entre Estado, Mercado e Sociedade (PAULA, 2008).

O item cinco questiona se os fabricantes possuem ou já possuíram parcerias com o SEBRAE através de projetos ou palestras, 24% afirmaram que sim e 76% afirmaram que não.

As características do Perfil Empreendedor dos produtores poderiam ser melhores desenvolvidas se houvesse uma maior promoção de cursos e palestras, e maior incentivo para que esses produtores busquem o conhecimento e a qualificação profissional.

O item seis questiona se os produtores já tiveram algum incentivo do governo em suas fabricas. 10% afirmaram que sim e 90% afirmaram que não.

Para os respondentes que marcaram o item sim foi questionado qual tipo de incentivo a empresa recebeu do governo, os respondentes afirmaram que:

- Houve redução de impostos,
- Cursos profissionalizantes oferecidos através da ASSPA,
- Ganho de casas que funcionam como oficina,
- Conquista da casa própria.

No item sete foi questionado se os resíduos da produção de calçados poluem o ambiente, 68% afirmaram que sim e 32% alegam que não.

Quando questionados sobre o porquê de suas respostas, os que afirmaram sim alegam que:

- Trabalham com produtos químicos,
- Não tem lugar adequado para jogar o lixo,
- Alguns materiais são ofensivos à saúde e agredem o ambiente,
- Há queima de resíduos, poluição do ar e solo.

Os que responderam o item não justificam que:

- O material é todo reaproveitado,
- As sobras da produção são transformadas em artesanato,
- As sobras da produção são transformadas em solas para outros sapatos.

O item oito questiona se na opinião dos sapateiros a conservação do meio ambiente é importante. Todos responderam que sim, a conservação do ambiente é importante.

Quando questionados sobre o porquê de suas respostas, os respondentes afirmam que:

- Porque temos que pensar em nossos filhos que também irão precisar da natureza,
- Melhora a qualidade de vida das pessoas,
- Evita doenças,
- Melhora a saúde,
- Mantém o planeta vivo,
- Quando há equilíbrio no meio ambiente tudo de bom acontece,
- Precisamos do meio ambiente para sobreviver,

- Poluição é ruim e só traz doenças,
- Proporciona o bem estar da família e dos filhos futuramente.

No item nove, questiona-se se existe algum tipo de iniciativa no polo para a conservação dos recursos naturais. 38% afirmam que sim e 62% afirmam que não existe esse tipo de iniciativa no polo.

Quando questionados qual tipo de iniciativa para a conservação dos recursos naturais, os respondentes afirmaram que:

- Palestra de conscientização na ASSPA,
- Projeto da prefeitura para plantação de arvores no polo,
- Não jogar lixo no rio e preservar as plantas,
- Fazer o possível para reaproveitar restos da produção em solados.

No que diz respeito à conservação do meio ambiente e preservação dos recursos naturais, é notável que os respondentes tenham a consciência de que é importante a preservação da natureza para as gerações futuras, melhorar a saúde e prevenção contra doenças, mas nem sempre é possível poupar o ambiente de certas agressões, como relatado em um dos itens do questionário, onde os respondentes afirmam que há manuseio de produtos químicos, queima de resíduos e não há um lugar apropriado para descarte dos resíduos da produção. Porém citam em outra questão que há iniciativa no polo para a conservação da natureza, mesmo que não seja do conhecimento de todos os respondentes.

Sobre a importância da localidade e do ambiente para o empreendedor Paula (2008) afirma que o sucesso do empreendimento não depende exclusivamente da capacidade do empreendedor, por mais capacitado que este seja o ambiente que cerca este empreendimento é um fator importante, pois poderá ser mais ou menos favorável a prosperidade do negócio. Daí surge à necessidade de ampliar a visão do empreendedor voltada para o ambiente. É preciso que haja trabalho para tornar esse ambiente favorável, reunindo condições necessárias para gerar competitividade e sustentabilidade nos novos negócios.

Segundo Barbosa e Temoche (2006) 90% das indústrias que processam o couro utilizam sais de cromo no curtimento gerando resíduos que segundo a norma brasileira NBR-10004, da ABNT, são classificados como resíduos perigosos que necessitam de um tratamento específico e a serragem do couro curtido com o cromo geram um resíduo volumoso em farelo altamente tóxico.

Ligando desenvolvimento local ao perfil empreendedor dos produtores, Silveira e Reis (2008) afirmam que a principal parte responsável pelo desenvolvimento de um local são

as pessoas que ali habitam. O desenvolvimento local é resultado da mobilização e estruturação da sociedade através de suas potencialidades (BUARQUE, 1999).

Tomando como base as afirmações teóricas, percebe-se que o desenvolvimento local também se dá através de características dos atores envolvidos, sendo assim, as características representadas pelo perfil empreendedor nesse estudo, se melhores desenvolvidas, podem gerar ainda mais desenvolvimento local para a cidade. .

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do objetivo de compreender como o perfil empreendedor dos produtores do polo coureiro calçadista de Patos/PB está relacionado ao desenvolvimento local, algumas considerações podem ser traçadas sobre o alcance dos resultados e direcionamentos para trabalhos futuros.

Através dos resultados obtidos, percebe-se que são poucas as características empreendedoras presentes na personalidade dos produtores e que o motivo pelo qual essas podem não ser tão latentes pode estar relacionado à falta de conhecimento e maior qualificação profissional, tornando-se importante a geração de estímulos ao conhecimento e aprendizagem através de palestras e cursos profissionalizantes voltados a área de empreendedorismo a fim de gerar interesse e troca de informações no setor.

Mesmo que a maioria das características do perfil empreendedor aplicadas no questionário, tenham um resultado que mostram que os respondentes apresentem pouco das características, pois dentre as oito características atitudinais abordadas, quatro fatores (Detecta oportunidades, Auto eficaz, Líder e Assume riscos) indicam pouca força na personalidade dos produtores, isso não significa que as demais características ou todas não tenham influência sobre a geração de desenvolvimento local.

Dentre as características abordadas as que mais se destacaram entre os respondentes foram Persistente e Sociável, logo após Inovador e Planejador. Isso nos mostra que se há um alto nível de persistência os negócios não irão se desfazer rápido e conseqüentemente continuará gerando emprego e renda para as pessoas. Sobre o alto índice de sociabilidade percebe-se que os produtores buscam vínculos entre si mantendo-se unidos e gerando competitividade troca de conhecimento e inovação que como exposto nos resultados é um fator que tem índice mediano, mas que colabora para o crescimento da produção. O fator planejador também é um índice mediano, porém serve para perceber que nem sempre as ações são tomadas por impulso.

Nota-se que de certa forma todas as características do perfil empreendedor identificadas nos produtores influenciam no desenvolvimento local da cidade, sendo que as características pouco identificadas podem ser otimizadas para que haja uma maior organização desse setor visando a qualidade e o desenvolvimento não só do ramo calçadista mais também da cidade.

Nota-se que a escolha pelo empreendedorismo ocorre menos por oportunidade e sim por necessidade ou influência de outras pessoas. Isso pode ocorrer por falta de atratividade do setor que para muitos produtores foi visto como um escape no momento em

que não se havia outra opção de emprego. Percebe-se através dos dados obtido através do questionário na parte **Caracterização do empreendimento**, onde a maioria dos produtores afirmam ter iniciado seu negócio entre os anos de 2000 e 2012, que a potencialidade do empreendedorismo nos últimos anos é verídica, e que com a abertura de novos negócios o estímulo ao desenvolvimento local através de geração de emprego, renda e qualidade de vida é maior.

Fica evidenciado também o medo de fiscalização e a falta de controle financeiro, tendo como possível solução a maior atuação dos atores públicos através de políticas de capacitação gerencial, que gerem um maior conhecimento e aprendizado para esses produtores, já que, como exposto nos resultados, o governo não possui uma participação ativa no desenvolvimento do polo deixando a desejar, segundo os respondentes, nos quesitos estruturação do polo e incentivo aos produtores.

No tocante de desenvolvimento local, sabe-se que os respondentes têm a percepção de que o setor calçadista beneficia a cidade, tendo a noção de que o meio ambiente deve ser preservado para melhorar a qualidade de vida das pessoas, que o poder público deve contribuir para a melhoria do polo e que setor calçadista movimenta a economia da cidade através da geração de emprego e renda. Os produtores também entendem que é importante manterem-se unidos para melhorar a produção e que todos esses fatores são importantes para manter a cooperativa funcionando para gerar benefícios tanto para cidade quanto para os produtores.

Porém falta a compreensão dos mesmos em relação ao governo, de que não se pode esperar apenas por políticas públicas para que haja um melhoramento no polo, o que puder ser feito entre os atores envolvidos para gerar o desenvolvimento nesse polo e em suas fábricas deverá ser feito. Sobre a preservação do meio ambiente e recursos naturais, mesmo esses indivíduos tendo o entendimento de que este fator é importante, percebe-se que mesmo com alguns incentivos através de palestras e projetos, os mesmos não buscam uma forma de não agredir a natureza e através das respostas obtidas, não buscam outro meio para não jogar os restos de produção no ambiente, pois muitos dos respondentes sabem como reaproveitar este resto de produção através de reciclagem. No mais a percepção de desenvolvimento local sobre a ótica dos produtores pode ser melhor aprimorada se houver uma disseminação de conhecimento sobre os fatores que geram esse desenvolvimento local.

No entanto, o desenvolvimento local também depende de características de seus atores para ser eficaz (BUARQUE, 1999), o que leva a refletir sobre que características ainda precisam ser desenvolvidas no perfil empreendedor dos produtores locais. Havendo conhecimento e aprendizagem os produtores tornam-se mais capacitados a desenvolver

seu perfil empreendedor e aperfeiçoar seus negócios gerando assim crescimento econômico, profissional e pessoal trazendo consigo a melhor qualidade de vida dessas pessoas.

É importante ressaltar que como citado por Chalela (2008) muitas MPEs são criadas sem condições de competição e conseqüentemente muitas não sobrevivem as turbulências econômicas e concorrências mais estruturadas e isso ocorre devido a falta de planejamento e conhecimento de pessoas que resolvem abrir seu próprio negócio. Portanto, torna-se importantíssimo a disseminação de conhecimento e aprendizagem para uma maior durabilidade dessas micro empresas.

Cabe ainda destacar que, como citado por Filion (1999) não existe um perfil empreendedor cientificamente psicológico, pois não se pode dar a certeza de que uma pessoa será boa empreendedora, pode-se apenas afirmar que certos indivíduos possuem ou não características de um empreendedor, o que foi realizado neste trabalho. Porém o perfil empreendedor desses produtores pode ser potencializado com o intuito de que haja um maior desenvolvimento do setor e conseqüentemente da cidade, pois se notou que esses indivíduos têm certa resistência ao novo, o que traz implicações sobre a inovação e aprendizagem no setor.

Sobre as limitações da pesquisa é importante ressaltar que o assédio de instituições de ensino através de pesquisas é grande sobre esse setor especialmente sobre os produtores, fato que pode tornar a pesquisa através de questionários e entrevistas, uma atividade fatídica para estes produtores fazendo com que os mesmos muitas vezes não se sintam interessados em responder de forma correta e coerente as pesquisas aplicadas, isso pode ocorrer devido ao fato de esses produtores não vislumbrarem um benefício concreto através de todas as perguntas de uma pesquisa ou pela falta de conhecimento e entendimento dos temas e da linguagem acadêmica apresentada nessas pesquisas.

Outra limitação perceptível é a falta de material escrito da trajetória do setor calçadista, de seu histórico e produção. Segundo fontes da própria ASSPA, muitos materiais que continham informações sobre o setor e seus produtores foram extraviados por terceiros.

Outro fator que dificulta a pesquisa nesse setor é a resistência dos produtores em ceder informações para a pesquisa, por medo de fiscalização, por uso indevido dessas informações ou por não ver vantagens em responder as pesquisas.

Percebe-se que esses produtores são pessoas simples que não detém um bom nível de conhecimento e devido suas fabricas serem clandestinas há um receio de que essas pesquisas sejam um modo de fiscalização de algum órgão governamental e que através disso eles possam se prejudicar e terem suas fábricas fechadas.

Diante do que foi exposto no trabalho, é perceptível que existem várias vertentes que podem ser analisadas futuramente neste polo. Sugerem-se aqui como temas de pesquisas interessantes a se realizar no polo coureiro calçadista da cidade de Patos/PB, abordagens como inovação e aprendizagem, a relação do polo com os atores públicos locais e a definição de políticas públicas para este setor.

6 REFERÊNCIAS

ABICALÇADOS, Site, 2012. Disponível em: <www.abicalcados.com.br>. Acesso em 17 de setembro de 2012.

AIDAR, M. M. Tendências do empreendedorismo no Brasil. **Revista Gv executivo**. vol.9 nº2 jul/dez 2010.

AQUINO. A. L.; BRESCIANI. L. P. **Arranjos produtivos locais: uma abordagem conceitual**. Organizações em contexto, Ano 1, n. 2, dezembro de 2005.

ARBIX, G. **Arranjos produtivos locais e a ação do Governo Federal no fomento às pequenas empresas**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 14 set. 2012.

BARBOSA. E. T. & TEMOCHE. C. A. R. **Inserção das indústrias de calçados do estado da Paraíba no mercado internacional**. Disponível em: <www.ifbae.com.br/congresso4/pdf/B154.pdf> Acesso em: 04 de setembro de 2012.

BECATTINI, G. **Os distritos industriais na Itália. In: Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

BUARQUE. S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Projeto de Cooperação Técnica INCRA/IICA PCT – INCRA/IICA. Brasília, junho de 1999.

CABETE. N. P. F. & DACOL. S. Identificação das Características dos Arranjos Produtivos Locais. **ENEGEP**. Rio de Janeiro, 2008.

CASSIOLATO. J. E. & SZAPIRO. M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In Lastres, H.M.M., Cassiolato, J.E e Maciel, M.L **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**, Rio de Janeiro, Relume Dumará 2003.

_____; LASTRES, H.M.M. e MACIEL, M.L. (2003), “Systems of innovation for development in the knowledge era: an introduction”. In: J. E. CASSIOLATO, H. M. M. LASTRES e M. L. MACIEL (eds), **Systems of Innovation and Development: Evidence from Brazil**, Cheltenham, UK: Edward Elgar, p. 1 – 37.

CHALELA, L. R. **O empreendedorismo e a inovação em ambientes de incubação**. Dissertação (Mestrado em Administração). Caxias do Sul, 2008.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

COSTA, A M., BARROS, D. F., CARVALHO, J. L. F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011.

CORRÊA, A. R. **O complexo coureiro-calçadista brasileiro**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 14. set. 2001.

CRUZ JÚNIOR, J. B.; COSTA, P. A.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, vol. 8, núm. 15, jan-jun. Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

DICIONARIO ONLINE DE PORTUGUES, 2012. Disponível em: <www.dicionarioonline.com.br>. Acesso em: out/2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios, 3º Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo Corporativo**. 1º ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo v.34, n.2, p.5-28, abril/junho 1999.

_____. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light** . v. 7 . n. 3 . p. 2-7 . Jul./Set. 2000.

FILHO, C. G.; VEIT, M. R.; GONÇALVES, C. A. Mensuração do perfil do potencial empreendedor e seu impacto no desempenho das pequenas empresas. **Revista de negócios**, Blumenau, v. 12, n. 3, p. 29 - 44, julho/setembro 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

GRECO, S. M. S. S. et. al. **Empreendedorismo no Brasil: 2008**. Curitiba: IBQP; 2009.

GUALDA, N. L. P.; SOUZA, J. B. L. Identificação de possíveis Arranjos Produtivos Locais nos municípios que compõem a Associação de Municípios AMUSEP. **Anais.. EMPREX**, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2004.

KORNIJEZUK, F. B. S. **Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília**. Dissertação (Mestrado em Administração). UNB. Brasília-DF, 2004.

KEHRLE, L.; MOUTINHO, L. Competitividade presente e esperada de arranjos produtivos de calçados na Paraíba. **R. Econ. contemp.**, Rio de Janeiro, 9(3): p.671-697, set./dez. 2005.

LASTRES, H.; CASSIOLATO et al. Globalização e inovação localizada. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.; **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2003.

LASTRES. H. M. M. Políticas para Promoção de Arranjos Produtivos e Inovativos Locais de Micro e Pequenas Empresas: Vantagens e Restrições do Conceito e Equívocos Usuais. In: **Arranjos Produtivos Locais: uma nova estratégia de ações para o SEBRAE**. RedeSist, set. 2004. Disponível em: <www.ie.ufrj.br/redesist>. Acesso em 15 set. 2012.

MARSHALL, A. **Princípios de Economia**. 2 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento Local: questões conceituais e metodológicas. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 3, N. 5, p. 51-59, Set. 2002.

MEIRA, A. E. C. P.; ROCHA, F. B.; COSTA, L. S. C.; Silva, W. V. Avaliação do grau de empreendedorismo de empreendedores por necessidade. **Diálogo e interação**. Vol. 2, 2009. Disponível em: <<http://www.faccrei.edu.br/dialogoeinteracao>>. Acesso em: set/2012.

MOUTINHO, L. M. G. Política de desenvolvimento industrial da Paraíba e emprego no setor de calçados como alternativa de ocupação da mão de obra de baixa qualificação nos municípios afetados pela seca. **ABET**. São Paulo, 2003.

MOSSATO, S. **Empreendedorismo**: uma onda ou a única saída. Fae Business School. [2004?].

OLIVEIRA, A. A. N. **Metodologia da pesquisa científica**: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos. 2 ed. Florianópolis: Visual Books, 2006.

PAULA, N. M. & SERRA, M. A. **Desenvolvimento Local: A Experiência Paranaense com os Arranjos Produtivos Locais**. UFPR, 2004.

PAULA, J. **Desenvolvimento local**: textos selecionados. Brasília: SEBRAE, 2008.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE – Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220.

PERES, T. G. **A importância do empreendedorismo e o sistema de franquias**: o caso de uma rede de fast-food. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Dissertação (Mestrado em Gestão de Empresas). Março de 2009.

PORTER, M. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus. 1999.

PORTAL DO GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. Site. Disponível em: <www.paraiba.pb.gov.br>. Acesso em: 17 de setembro de 2012.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. O suporte das incubadoras brasileiras para potencializar as características empreendedoras nas empresas incubadas. **R.Adm.**, São Paulo, v.41, n.4, p.419-430, out./nov./dez. 2006.

REDESIST, Site, 2012. Disponível em: <<http://www.politicaapls.redesist.ie.ufrj.br/>>. Acesso em 03 de set. 2012.

ROMA, V. M. C. O empreendedor brasileiro – um estudo exploratório sobre personalidade, inteligência emocional e desempenho. Dissertação (Mestrado em Administração). **IBMEC**. Rio de Janeiro, 2006.

SACHS, I. Desenvolvimento incluyente e trabalho descente para todos. **OIT**, 2002.

SCHMIDT, S. BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-14, janeiro/março 2008.

SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. DIEESE, 4º ed. São Paulo, 2011a.

_____. **Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil** In: Coleção estudos e pesquisas. SEBRAE. Brasília-DF, 2011b.

SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PATOS. **Perfil da produção de calçados de Patos-PB**. Prefeitura Municipal de Patos-PB – Maio/2005.

SILVEIRA, C. M.; REIS, L. C. in PAULA, Juarez de; **Desenvolvimento local: textos selecionados**. Brasília: SEBRAE, 2008.

SOUSA. T. R. V.; ALVES. J. S.; MOUTINHO. L. M. G.; FILHO. P. F. M. B. C. Um estudo de arranjos produtivos e inovativos locais de calçados no Brasil: os casos do Rio Grande do Sul, São Paulo e Paraíba. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v.13, n.24, maio 2005. Disponível em:< www.upf.br/cepeac/download/rev_n24_2005_art4.pdf>. Acesso em 04 de setembro de 2012.

TAVARES, G. O.; BALDUINO, L. A.; SILVA, T. A.; NASSIF, V. M. G. Perfis e características do empreendedor de negócio e do empreendedor social: um estudo exploratório. **Revista jovens pesquisadores**. Ano v, n. 9, jul./dez. 2008.

VALE, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R., Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **RAE- eletrônica** - v. 7, n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008.

ZAMPIERI. N. L. V.; RUPPENTHAL. J. E.; VENTURINI. J. C. Empreendedorismo de Base Tecnológica e Desenvolvimento Regional: o Caso da ITSM. **ALTEC**, 2011.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO

Este questionário tem a finalidade de obter informações para pesquisa de conclusão do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) – Campus VII, que tem como objetivo analisar o perfil empreendedor dos produtores de calçados da cidade de Patos e sua relação com o desenvolvimento local. O questionário está dividido em blocos, contendo questões objetivas e subjetivas, onde as respostas não serão identificadas.

Pesquisadora: Ana Caroline Felix de Lima

PARTE I - Dados do respondente

1. Sexo:

- a. () Feminino b. () Masculino

2. Idade:

- a. () Até 20 anos b. () 21 á 30 anos c. () 31 á 40 anos
d. () 41 á 50 anos e. () Mais de 50 anos

3. Estado Civil:

- a. () Solteiro b. () Casado c. () Divorciado d. () Viúvo

4. Escolaridade:

- a. () Ensino Fundamental b. () Ensino Médio c. () Ensino Superior
d. () Não frequentou a escola

PARTE II – Caracterização do empreendimento

O que o levou a iniciar seu negócio?

- a. () Falta de emprego
b. () Experiências anteriores com o ramo calçadista
c. () Influência de amigos ou familiares
d. () Pesquisa
e. () Governo
f. () Outros _____

Em que ano a empresa iniciou suas atividades? _____

Quantos funcionários a empresa possui? _____

Qual a renda semanal do seu negócio? _____

PARTE III - Perfil Empreendedor (Adaptado de Schmidt e Bohnenberger, 2009)

Responda de acordo com as características que você identifica em sua personalidade. Estes fatores serão medidos através dos itens: a. Pouco (quando esta característica for pouca em sua personalidade), b. Mediano (quando for média, nem muito nem pouco), e c. Muito (quando tiver muito dessa característica em sua personalidade).

1. Tenho facilidade em enxergar oportunidades de negócios que outras pessoas não veem.

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

2. **Tenho plena capacidade de organizar coisas que acontecem na minha vida para influenciar meu sucesso profissional.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

3. **Quando algo não dá certo continuo tentando até que as coisas fiquem do jeito que quero.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

4. **Na minha profissão sempre encontro soluções criativas para os problemas que ocorrem.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

5. **Sempre faço um planejamento antes de tomar uma decisão no meu negócio.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

6. **Normalmente influencio a opinião das pessoas sobre determinado assunto.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

7. **Estou disposto a assumir dividas se for para o crescimento da minha empresa.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

8. **Me relaciono facilmente com outras pessoas e isso ajuda nos meus negócios.**

a.() Pouco b.() Mediano c.() Muito

9. Houve um planejamento antes que se iniciassem as atividades do seu negócio?

a.() Sim b.() Não

Se sim, como houve esse planejamento? _____

Se não, porque não houve planejamento? _____

10. Como você financiou seu negócio?

a.() Poupança b.() Família c.() Amigos d.() Empréstimos

e.() Outro _____

11. Você já fez algum curso de gestão de negócios?

a.() Sim b.() Não

Onde? _____

PARTE IV - Desenvolvimento Local

As questões a seguir serão para medir a percepção dos produtores sobre o desenvolvimento que o setor calçadista propicia à cidade de Patos/PB.

1. O ramo calçadista, em especial a sua empresa, gera emprego e renda para cidade?

a.() Sim b.() Não

Por quê? _____

2. A associação calçadista gera vantagens aos trabalhadores?

a.() Sim b.() Não

Que tipo de vantagens? _____

3. A ação conjunta gerada pelo polo calçadista entre os produtores influencia na troca de informações e inovação nos produtos fabricados?

a.() Sim b.() Não

Por quê? _____

4. Você acha que o governo dá incentivos financeiros suficientes para o desenvolvimento do pólo?

a. () Sim b. () Não

Por quê? _____

5. Sua empresa possui ou já possuiu parcerias através de projetos ou palestras com o SEBRAE?

a. () Sim b. () Não

6. Sua empresa possui ou já teve algum incentivo do governo?

a. () Sim b. () Não

Qual? _____

7. No seu ponto de vista, os resíduos da produção de calçados polui o ambiente?

a. () Sim b. () Não

Por que? _____

8. Você acha que a conservação do meio ambiente é importante?

a. () Sim b. () Não

Por quê? _____

9. Existe algum tipo de iniciativa no polo para a conservação dos recursos naturais?

a. () Sim b. () Não

Qual? _____

OBRIGADA PELA COLABORAÇÃO!