

PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DE BOITUVA, SP E SUAS RESPECTIVAS MOTIVAÇÕES NO QUE TANGE À NECESSIDADE OU À OPORTUNIDADE

Célio Alves de Castro
UNIESP – FIB (Boituva) e FAESB - Faculdade de Ensino Superior Santa Bárbara
(Tatuí).prof.celio@faesb.edu.br ✉
Ademir Caciari
Universidade Anhembi Morumbi.
caciari@terra.com.br
Patrícia Gomes Leite
UNIESP – FIB (Boituva).
p.gomes.leite@bol.com.br

RESUMO: Empreendedorismo é um termo que vem sendo muito debatido na atualidade e pode ser classificado de várias formas, este trabalho foca no empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, mais especificamente na motivação que levou os microempreendedores individuais de Boituva a abrirem seu próprio negócio. Através de uma pesquisa descritiva o estudo apresenta o perfil desses microempreendedores e constata que a principal motivação que os levou a exercer uma atividade empreendedora foi à

identificação de uma oportunidade (56%), número bastante próximo à média nacional atual (56,5%). Constatou-se, também, que mesmo o MEI que empreendeu por oportunidade em Boituva não apresenta um índice extraordinário de planejamento, pois somente 60% fizeram um plano de negócios e somente 54% fizeram alguma pesquisa antes iniciar o empreendimento.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Planejamento. Microempresa. Incentivos.

PROFILE OF INDIVIDUAL MICROENTERPRISE IN BOITUVA, SP AND THEIR MOTIVES REGARDING NEED OR OPPORTUNITY

ABSTRACT: Entrepreneurship is a term that has been widely debated today and can be classified in various ways, this work focuses on entrepreneurship by opportunity and necessity, specifically the motivation that led the individual microentrepreneurs from Boituva to open their own business. Through a descriptive study, this article presents the profile of these microentrepreneurs and finds out that the main reason that led them to engage in entrepreneurial activity was the identification of an opportunity (56%), very close number to the current national average (56.5%). It was also verified that even the individual micro entrepreneur who undertook business by chance in Boituva does not present an extraordinary index of planning, because only 60% had a business plan and only 54% did some research before starting the project.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Planning. Micro enterprise. Incentives.

1 INTRODUÇÃO

Diante do cenário atual, existem várias definições para o empreendedor, Dornelas (2001, p. 37) define que: “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Já Chiavenato (2012, p. 4) conceitua o empreendedor da seguinte forma: “Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico da região ou do país. [...] assumem riscos inerentes em uma

economia em mudança, transformação e crescimento”.

Nesse sentido vale ressaltar que no Brasil o movimento empreendedor ganhou força na década de 1990 com a criação de entidades de apoio aos empreendedores juntamente com vários programas que desenvolveram ações para impulsionar a cultura empreendedora.

Uma das iniciativas em favor do empreendedorismo formal foi a criação da modalidade Microempreendedor Individual (MEI) em 2008. O MEI é a pessoa que se formaliza como empresário e registra um CNPJ. Formalizado ele dispõe de uma série de benefícios.

Segundo dados consolidados pelo Portal do Empreendedor (instituição mantida pelo Governo Federal) o Brasil conta com 6.044.239 MEIs, 1.541.913 estão no Estado de São Paulo e a cidade de Boituva conta atualmente com 1.782 microempreendedores individuais, sabendo da importância que eles têm no desenvolvimento econômico da cidade, é relevante saber o perfil desses empreendedores (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2016). De acordo com levantamento realizado pelo SEBRAE, o número de MEIs cresceu 41,24% entre 2010 e 2015 (SEBRAE, 2016).

Nesse sentido, este estudo irá permitir aos leitores uma visão ampla dos conceitos e da realidade do empreendedorismo em Boituva, em

especial do MEI, contribuindo na formação de novos empreendedores e alertando-os sobre os aspectos importantes que devem ser levados em consideração na hora de empreender.

De forma geral, quanto aos motivos que levam a empreender, o empreendedor pode ser caracterizado de duas formas: por oportunidade, que é conceituado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) como: “[...] os empreendedores que identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda”, e o empreendedor por necessidade: “[...] aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias” (GEM, 2013, p. 32).

Dessa forma, a motivação para empreender pode surgir de uma oportunidade ou de uma necessidade e esses fatores influenciam no desenvolvimento do empreendimento e podem comprometer as chances de sucesso ou o fracasso do empreendedor.

Segundo Salim e Silva (2010, p. 59): “A motivação do empreendedor para a identificação de uma oportunidade é considerada um fator fundamental para se iniciar um empreendimento de modo saudável”. Diante dessa afirmação surge a seguinte questão: O que motivou o microempreendedor individual de Boituva

no que tange os fatores necessidade e oportunidade?

2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Dornelas (2001) relata que a popularização do empreendedorismo no Brasil teve forte influência de entidades de apoio ao empreendedor tais como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para a Exportação de Software (Softex) que na década de 1990 iniciaram suas atividades de promoção do pensamento empreendedor. Nos anos seguintes novos programas de desenvolvimento do empreendedorismo foram criados ou importados e adaptados para a realidade brasileira.

Uma análise mais detalhada sobre o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil é possível graças ao programa de pesquisas GEM

Segundo dados do relatório executivo de 2015 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015, p. 7):

O Brasil participa deste esforço desde 2000, onde a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e de Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde 2011, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da fundação Getúlio Vargas, tornou-se parceiro acadêmico do projeto.

O objetivo seria: “[...] compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países”.

Para ter um maior entendimento de como o nível de atividade empreendedora cresceu no país desde ano 2000 até 2015 basta analisar as pesquisas realizadas pelo GEM. No ano 2000, segundo o relatório executivo GEM (GEM, 2000), a estimativa era de que 21% dos brasileiros com idade entre 18 e 64 anos tinham algum envolvimento com a criação ou gestão de um empreendimento, já em 2015 o GEM informa que o número subiu para 39,3%.

Diante dos dados apresentados, conclui-se que cada vez mais os brasileiros estão buscando oportunidades através do empreendedorismo, e dessa forma, é importante entender os reais motivos que levam um indivíduo a empreender.

2.1 MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

Segundo o Portal do Empreendedor (2016), para o trabalhador por conta própria poder se legalizar através do programa Microempreendedor Individual (MEI) o limite de faturamento anual é de R\$ 60.000,00 e não participar como sócio ou titular de outra empresa. O MEI pode ter um empregado.

Para se legalizar o Micro empreendedor Individual precisa fazer o registro no Cadastro Nacional de Pessoas

Jurídicas (CNPJ). Esse procedimento é possível através da internet, por meio do Portal do Empreendedor, o que facilita muito para o empreendedor.

O Portal do Empreendedor foi criado com o intuito de dinamizar a atividade empresarial brasileira. De acordo com o Portal Empreendedor:

A LEI COMPLEMENTAR Nº 128, DE 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado.

Entre as vantagens oferecidas por essa lei está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

Além disso, o MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 45,00 (comércio ou indústria), R\$ 49,00 (prestação de serviços) ou R\$ 50,00 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2016, s/p, grifo do autor).

De forma geral, o Portal do Empreendedor aponta 6 (seis) condições para o MEI:

- a) não ter sócios;
- b) faturamento máximo de R\$ 60.000,00 no ano (R\$ 5.000,00 no mês);
- c) custo mensal de R\$ 45,00 a R\$ 50,00 (incluindo contribuição para Previdência);

- d) possibilidade de se contratar um funcionário (remuneração de um salário mínimo);
- e) isenção de impostos Federais;
- f) não existe a exigência de um contador (custos com contador).

3 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

Levando em consideração a descrição de Dornelas (2001, p. 19) que: “Os empreendedores são pessoas, diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser conhecidas e admiradas, querem deixar um legado.” se faz necessário analisar o que leva os brasileiros a empreender e apresentar as características dos dois tipos de empreendedorismo já citados anteriormente.

A palavra motivação provém do latim *movere*, que significa mover, e para Chiavenato (2004) a motivação é um processo que determina a magnitude dos esforços empregados e que ao mesmo tempo direciona e delimita a constância das iniciativas de um indivíduo em direção às suas metas. Já para Dolabela (2008) alcançar uma determinada meta é o que move o comportamento empreendedor, ou seja: “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2008, p. 23). E para transformar o sonho em realidade é necessário entender os motivos

específicos que levam a esse comportamento.

Nesse sentido Chiavenato (2004, p. 241 e 242) descreve a teoria das necessidades adquiridas de McClelland:

Necessidade de realização (*need for achievement* ou n-Ach): é a necessidade de êxito competitivo, de busca da excelência, de realização em determinados padrões e de luta pelo sucesso. Algumas pessoas têm inclinação natural para o sucesso e buscam a realização pessoal mais do que a recompensa pelo sucesso em si. Os grandes realizadores se diferenciam pelo seu desejo de fazer melhor as coisas. Necessidade de poder (*need for Power* ou nPow): é a necessidade de controlar ou influenciar outras pessoas,[...].Representa o desejo de criar impacto, de ter influência e de controlar as outras pessoas, de estar no comando. Necessidade de afiliação (*need for affiliation* ou nAff): é a necessidade de relacionamento humano, de manter relações intrapessoais próximas e amigáveis.

Segundo Salim e Silva (2010, p. 59): “A motivação do empreendedor para a identificação de uma oportunidade é considerada um fator fundamental para se iniciar um empreendimento de modo saudável”. Nesse sentido, sabendo que a motivação é a impulsionadora da atividade empreendedora, resta identificar os diferentes tipos de empreendedorismo, que podem ser classificados em dois segmentos, o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade.

3.1 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE

Para Salim e Silva (2010, p. 60) criar um empreendimento por oportunidade significa: “[...] partir da identificação de uma oportunidade. Em geral, os empreendedores por oportunidades iniciam seus empreendimentos buscando melhorar sua condição de vida a partir de uma oportunidade vislumbrada”.

Seguindo o mesmo raciocínio (HASHIMOTO, 2011) conceitua o empreendedor por oportunidade como aquele que mesmo estando empregado, e em muitos casos, com perspectivas positivas nesse emprego, alimenta o sonho de ser dono do seu próprio negócio, ou seja, sonha ter uma maior independência e se preparam através da aquisição de conhecimentos específicos e estão sempre observando o ambiente de negócios em busca de oportunidades. Normalmente, o empreendedor por oportunidade costuma acumular informações e capital para serem utilizados no momento de aproveitar uma oportunidade, sendo que, somente nesse momento o mesmo deixa seu emprego e parte para o empreendedorismo. O autor evidencia ainda que devido a essas características, as chances de fracasso são bem menores do que as vivenciadas pelos empreendedores por oportunidade.

A identificação de uma oportunidade tem relação direta com o

empreendedorismo por oportunidade, e nesse sentido, Dolabela (2008, p. 60) destaca que: “Identificar e agarrar uma oportunidade é, por excelência, a grande virtude do empreendedor de sucesso”.

A oportunidade é a fagulha que detona a explosão do empreendedorismo. Reconhecer e agarrar oportunidades não é questão de usar técnicas, *check-lists* e outros métodos para identificar e avaliar; [...] quanto mais imperfeito o mercado, mais abundantes são as oportunidades (DOLABELA, 2008, p. 60).

A pesquisa GEM realizada em 2015 indica que no Brasil a proporção de empreendedores por oportunidades foi de 56,5%, o que representa uma alteração expressiva visto que nos últimos a taxa se manteve na faixa dos 70% (GEM, 2015).

3.2 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

O empreendedor que irá iniciar o seu negócio por necessidade, normalmente é o indivíduo que está enfrentando dificuldades financeiras, ou seja, precisa de uma fonte de dinheiro, pois apresenta dificuldades em adentrar ou permanecer no mercado de trabalho tradicional. Normalmente, criar um negócio não era um objetivo de vida, mas somente uma saída identificada em um momento difícil. As chances de sucesso são muito baixas por diversos fatores relacionados em primeiro momento à falta de planejamento e conhecimentos que

possam ajudar a identificar e avaliar a viabilidade de uma oportunidade, e em um segundo momento, devido à falta de conhecimento de gestão (SALIM; SILVA, 2010; HASHIMOTO, 2011).

Nesse sentido, Souza e Lopez Júnior (2011) apontam que em muitos casos a necessidade para empreender surge da falta de oportunidades no mercado de trabalho e geralmente são as pessoas menos favorecidas socialmente que procuram o auto-emprego para suprir suas próprias necessidades financeiras. Os autores identificaram que as altas taxas de empreendedorismo têm ocorrido em nações que o desenvolvimento econômico e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) são mais baixos levando grande parcela da população a abrir seu próprio negócio para atender às suas necessidades básicas.

Salim e Silva (2010) explicam que obviamente o melhor para uma economia e que todos os empreendedores o fossem por oportunidade, visto que, dessa forma, todos teriam possibilidades iguais para desenvolvimento e de se manterem remunerados seja pelo seu próprio negócio ou em um emprego tradicional.

4 METODOLOGIA

O presente estudo apresenta um objetivo descritivo na medida em que busca identificar o perfil do MEI de Boituva e suas respectivas motivações para o empreendedorismo no que tange

necessidade ou a oportunidade. Para tanto, o estudo será desenvolvido através de pesquisa bibliográfica e de campo. Nesta pesquisa utilizaram-se como base os dados do Portal do empreendedor que consolida diversas estatísticas da Receita Federal.

Para a realização da pesquisa de campo a abordagem quantitativa-descritiva possibilitou uma análise do perfil dos microempreendedores de Boituva e fazer um levantamento estatístico sobre a quantidade de empreendedores motivados pela oportunidade ou necessidade. Para tanto, foi desenvolvido um questionário estruturado, sendo que a amostragem da pesquisa foi determinada pela conveniência e não apresenta características probabilísticas. Dessa forma, foram entrevistados 132 microempreendedores dos 1782 que segundo o Portal do Empreendedor atuam na cidade de Boituva.

A primeira fase do questionário visa identificar algumas características básicas do MEI de Boituva, a segunda fase visa identificar as motivações quanto a oportunidade ou a necessidade e a terceira e última fase visa identificar em específico as características relacionadas ao comportamento do empreendedor segundo as duas motivações pesquisadas.

5 RESULTADOS

A partir dos dados coletados nos questionários aplicados são apresentadas e analisadas as respostas colhidas para cada etapa proposta iniciando com o perfil do microempreendedor individual de Boituva.

5.1 PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DE BOITUVA

Conforme amostra pesquisada o MEI de Boituva é composto por em sua maioria por homens (53%), 58% na faixa etária entre 20 e 40 anos. Quanto à escolaridade, 42% têm ensino médio completo, 30% nível superior completo e fundamental e técnico representam 14% cada. Segundo pesquisa do SEBRAE realizada em 2016 a maioria do MEI brasileiro tem nível médio ou técnico, mas precisamente 41,6%.

Como já foi mencionado anteriormente, um MEI pode ter uma renda mensal de até R\$ 5.000,00. Dessa forma, considerando que o salário mínimo em vigor desde 01 de Janeiro de 2016 é de R\$ 880,00, destaca-se que apenas 10% dos MEIs de Boituva têm renda de 6 salários mínimos que correspondem a R\$ 5.280,00 reais, já 41% possuem uma

renda mensal de 3 a 4 salários mínimos, 29% apresenta renda de 5 salários mínimos, e apenas 20% possui uma renda de menos que 2 salários mínimos.

Outro dado que foi analisado nesta pesquisa foi o tempo de exercício dos microempreendedores individuais de Boituva, e de acordo com a amostra pesquisada, verifica-se que a maioria dos MEIs entrevistados estão atuando a mais de 4 anos (50%) e apenas 17% atuam a menos de 1 ano.

Quanto ao setor de atuação, a maioria dos pesquisados atuam no comércio (67%) e 33% em serviços.

5.2 MOTIVAÇÃO DO MEI DE BOITUVA

Com a finalidade de investigar se a motivação do microempreendedor individual de Boituva é fundamentada em oportunidade ou em necessidade, foram levantados junto aos MEIs quais os motivos que os levaram a empreender, obtendo como resposta que mais da metade são empreendedores por oportunidade, pois 56% deles responderam que resolveram empreender por identificação de uma oportunidade ou realização de um sonho conforme quadro 1.

Quadro 1 - Motivos para empreender (MEI – Boituva)

Motivo que levou a empreender	%
Identificação de uma oportunidade	34%
Realização de um sonho	22%
Falta de oportunidade no mercado de trabalho	12%
Necessidade de uma fonte de renda (estava desempregado)	25%
Herança familiar	4%
Outros	3%

Fonte: Dados levantados pelos pesquisadores, 2017.

Dessa forma é possível inferir que 37% dos empreendedores são por necessidade, pois eles alegam que abriram seu negócio por falta de oportunidade no mercado de trabalho ou por necessidade de uma fonte de renda para o próprio sustento (por estar desempregado), 4% afirmaram receber o negócio através de herança familiar e 3% apresentaram outros motivos que também não podem ser classificados como oportunidade ou necessidade.

Para entender mais sobre cada resultado, em primeiro lugar, cabe fazer uma análise comparativa entre os empreendedores por oportunidade e os por necessidade.

5.3 MEIS POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE EM BOITUVA

Como abordado anteriormente, para essa pesquisa, infere-se conforme dados levantados que 56% dos microempreendedores individuais de Boituva são motivados pela oportunidade e 37% pela necessidade. Dessa forma, com o intuito de descobrir como ocorreu o comportamento em relação ao início do negócio desses empreendedores perguntou-se se eles buscaram apoio do posto do SEBRAE de Boituva (ou outro órgão de apoio ao empreendedor), se foi feito uma pesquisa de mercado e se eles elaboraram um plano de negócio, pois segundo o levantamento bibliográfico prévio, um empreendedor por oportunidade é aquele que planeja e se informa com certa antecedência.

Quadro 2 - Comparativo do comportamento do MEI Boituva (motivados pela oportunidade X motivados pela necessidade)

Variável	Oportunidade	Necessidade
Buscou orientação no posto SEBRAE de Boituva (ou outro órgão de apoio)	33%	22%
Fez pesquisa de Mercado	54%	37%
Elaboraram plano de negócio	60%	39%

Fonte: Dados levantados pelos pesquisadores, 2017.

De acordo com a pesquisa, apenas 33% dos microempreendedores individuais classificados como motivados pela oportunidade buscaram apoio ao Posto do SEBRAE de Boituva.

Para investigar o porquê 67% dos MEIs por oportunidade não buscaram orientações, é preciso analisar o tempo de exercício deles, pois o Posto do SEBRAE de Boituva começou suas atividades em 12 de Julho de 2010. Dessa forma, segundo dados levantados por este estudo, 52% deles abriram seu empreendimento antes de Julho de 2010, ou seja, nessa época não havia posto do SEBRAE em Boituva, mas em contrapartida o número que corresponde aos que abriram quando já tinha posto do SEBRAE em Boituva representa 48%, sendo assim, esses tinham a opção de procurar orientação e por algum motivo não quiseram, e mesmo antes, era possível consultar o posto SEBRAE de

Sorocaba ou outro órgão de apoio ao empreendedor regional.

De acordo com os resultados acima podemos constatar que mesmo o MEI por oportunidade buscou pouca orientação, já em relação à pesquisa de mercado e o plano de negócio pode-se dizer que mais da metade dos empreendedores por oportunidade realizaram os dois, mesmo assim, sabendo da importância do planejamento e da pesquisa para abrir uma empresa, foi um resultado que não correspondeu ao típico empreendedor por oportunidade descrito na bibliografia pesquisada.

Referente à experiência dos empreendedores por oportunidade, cabe analisar o ramo que eles trabalhavam antes de abrir seu negócio. O resultado indica que mais da metade (58%) abriu seu negócio no mesmo ramo que já trabalhava antes de ser empreendedor, confirmando que vislumbrou uma

oportunidade de crescimento, por já obter experiência no setor.

Quanto aos empreendedores por necessidade, observa-se que a maioria não buscou orientação, não fez uma pesquisa de mercado e não elaborou um plano de negócio, o que nos leva a entender que realmente, essas ações correspondem aos empreendedores que abrem seus negócios sem planejamento ou orientações adequadas, deixando se levar pela necessidade.

Com o intuito de melhor entender a trajetória dos MEIs por necessidade, perguntou-se sobre qual era a atividade exercida antes de abrir o próprio negócio, em resposta constatou-se que 53% deles trabalhavam em um ramo de atividade diferente do qual empreende e que 18% não trabalhavam, o que justifica o fato da necessidade de empreender, para o próprio sustento e também outro agravante que é a falta de experiência no ramo de atividade em que abriu o negócio.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo abordou um tema de muita importância para o Brasil nos dias atuais. Dornelas (2001, p.15) explica esse fato com as seguintes palavras:

No caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradoras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo

empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe.

Para evidenciar a importância do empreendedorismo, este estudo buscou mostrar através de uma pesquisa descritiva com os microempreendedores individuais de Boituva, a situação atual desse cenário na cidade, identificando o perfil, a motivação e algumas práticas desses empreendedores, com o intuito de evidenciar a importância de se investir nessa área para o desenvolvimento da cidade, buscou também apontar as consequências e as influências que o empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade pode trazer para o desenvolvimento do empreendimento e consequentemente na economia.

Através da aplicação do questionário se obteve o perfil do microempreendedor individual de Boituva que é composto por homens (53%), 58% na faixa etária entre 20 e 40 anos, 42% têm ensino médio completo, 30% nível superior completo e fundamental e técnico representam apenas 14% cada, 41% possuem um renda média mensal entre 3 e 4 salários mínimos.

Com os resultados da pesquisa além de obter o perfil do MEI de Boituva constata-se que a principal motivação que os levou a exercer uma atividade empreendedora, foi à identificação de uma oportunidade (56%). Esse número é bastante próximo ao apresentado pelo

GEM (2015) para os empreendedores iniciais de forma geral que foi de 56,5%. Nesse sentido vale lembrar que a média dos três anos anteriores sendo o GEM era de aproximadamente 70%, ou seja, considerando que os microempreendedores individuais de Boituva em sua maioria (50%) iniciaram os empreendimentos a mais de 4 anos pode-se inferir que a taxa de empreendedorismo por oportunidade já era menor em Boituva, ao menos para o caso do microempreendedor individual.

Em adicional os microempreendedores individuais que iniciaram suas atividades por necessidade correspondem a 37% dos entrevistados, é um número representativo e que pode ser agravante para a economia local, pois como já foi conceituado anteriormente trata-se de indivíduos que estão apresentando dificuldades em entrar ou se manter no mercado de trabalho, e isso pode indicar que a falta de emprego, além de desacelerar o crescimento da cidade pode levar a falta de planejamento em um empreendimento, que conseqüentemente, pode desencadear o insucesso do empreendedor.

Constatou-se também, que mesmo o MEI por oportunidade de Boituva não apresenta um índice extraordinário de planejamento (60% fizeram um plano de negócios e 54% fizeram alguma pesquisa antes iniciar o empreendimento).

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional:** a dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

_____. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM Internacional 2000:** sumário executivo. Curitiba: IBQP, 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Brasil). **Empreendedorismo no Brasil:** 2010. Curitiba: IBQP, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Brasil). **Empreendedorismo no Brasil:** 2013. Curitiba: IBQP, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Brasil). **Empreendedorismo no Brasil:** 2015. Curitiba: IBQP, 2015.

HASHIMOTO, M. **A motivação dos empreendedores:** nem todos eles querem ser bilionários - veja quais são os perfis dos empreendedores brasileiros. 2011. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI227803-17141,00-A+MOTIVACAO+DOS+EMPREENDEDORES.html>>. Acesso em: 7 abr. 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **MEI - Microempreendedor individual: O que é?** Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Relatórios Estatísticos do MEI.** 2016. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

SALIM, C. S., SILVA, N. C. **Introdução ao Empreendedorismo:** construindo uma

atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SEBRAE. **Perfil do microempreendedor individual.** 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%202015.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2016.

SOUZA, E. C. L.; LOPEZ JÚNIOR, G. S. Empreendedorismo e desenvolvimento: uma relação em aberto. **Rev. adm. inov.**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 120-140, jul./set. 2011.