



A IMPORTÂNCIA DOS PEQUENOS NEGÓCIOS NA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DO TERRITÓRIO

Mario Celso de Felipe*

RESUMO

Os estudos sobre desenvolvimento regional vêm dedicando um olhar especial e diferenciado sobre a importância socioeconômica dos pequenos negócios, pois esses empreendimentos cumprem, antes do vértice econômico, importante fulcro social, que é a oferta de trabalho e renda. Com isso, tais empresas ganham cada vez mais espaço nas preocupações dos órgãos públicos, como se observa nos avanços com o Simples Nacional. Os pequenos negócios são essenciais para o crescimento e o desenvolvimento econômico de qualquer nação, especialmente no momento presente, com poucas ofertas de emprego. No entanto, é necessário conhecer sua origem e trajetória, para que as políticas públicas, quando aplicadas, sejam mais duradouras e eficientes, visto que, apontam diversos estudos, grande parte das novas empresas encerram suas atividades nos primeiros anos de funcionamento. Valorizar este setor muito contribuirá para os ajustes necessários no mercado. O presente estudo faz um levantamento bibliográfico em livros, sites, publicações, teses, entre outros documentos, com o objetivo principal de mostrar a importância dos pequenos negócios no território de Sete Lagoas, Minas Gerais. Buscou-se elucidar a trajetória dos pequenos negócios no Brasil, os empreendedores e sua conceituação, os pequenos negócios e as atividades empreendedoras no território. Sete Lagoas já foi palco de atividades motivadoras do empreendedorismo, por isso necessita, como outras cidades brasileiras, de buscar melhores políticas públicas e parcerias privadas, a fim de incentivar o nascimento e a manutenção do setor dos pequenos negócios. Neste contexto, o assunto se torna extremamente relevante e desafiador para o território e, de maneira geral, para o Brasil.

Palavras-Chaves: Pequenos negócios. Empreendedorismo. Políticas públicas. Emprego.

* FELIPPE, Mario Celso de. Graduado em Ciências Contábeis e Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNITAU/ Taubaté. Atua como Diretor da Auto Forjas Ltda e Componentes Automotivos Ltda, empresas pertencentes ao Grupo Espanhol Autometal S/A.



Introdução

Os noticiários e as reportagens revelam que as transformações socioeconômicas afetaram a economia brasileira e mundial nos últimos anos, produziram efeitos diretos na vida da população. Pode-se citar o exemplo do crescimento galopante da China, um país há pouquíssimo tempo agrícola e atrasado, os reflexos das eleições americanas ocorridas em 2020, e, mais recentemente, a crise sanitária causada pelo vírus Coronavírus (Covid-19), que assolou o mundo de uma maneira geral.

Todas essas mudanças e, em especial a crise sanitária causada pelo vírus Coronavírus (Covid-19), proporcionaram efeitos em todo o mundo, afetando, significativamente, a economia de muitos países e trazendo consequências para as organizações.

Um dos grandes desafios econômicos para qualquer nação é a conciliação de crescimento econômico, estabilidade, controle da degradação ambiental e redução das desigualdades, o que muitas vezes é alimentado pelas competições entre as grandes empresas, provocando dispensa de trabalhadores.

Essas consequências que afetam o mercado econômico e, conseqüentemente, o mundo do trabalho, também trazem a criação de inúmeros pequenos negócios, seja pela força da necessidade de sobrevivência ou da criatividade dos seus empreendedores. No entanto, no Brasil, diante das diversas dificuldades de 2020, causadas, em especial, pela pandemia (Covid-19), 20% dos pequenos negócios tiveram que encerrar as atividades definitivamente, divulgou o IBGE, via pesquisa realizada.

Outro entrave é que o Brasil ainda está muito atrasado no suporte para a criação e, principalmente, a manutenção dessas empresas, evidências registradas nos diversos estudos publicados sobre a mortalidade de pequenas e médias empresas.

De acordo com Lemes Jr. e Pisa (2019, p. 111), as pequenas e médias empresas são os estabelecimentos definidos pela Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, que estabelece os critérios para adesão ao Simples Nacional. Assim, de acordo com a citada Lei, o enquadramento como pequenas e médias empresas vai depender da receita bruta anual, classificação definida mais à frente neste estudo.

Agora, mais do que nunca, é incontestável a necessidade de criação de instrumentos capazes de diminuir os índices de mortalidade empresarial, bem como criar programas de promoção atualizados que incorporem conhecimentos teóricos e empíricos acumulados.



Nesse sentido, as Políticas Públicas eficientes precisam focar o olhar para esse seguimento, pois desempenham um papel social muito forte. Em geral, os pequenos negócios são os geradores de recursos para as camadas mais pobres da sociedade e suas atividades estão dirigidas para as necessidades de consumo das populações de baixo poder aquisitivo (MOTTA, 2000, p. 80). Por outro lado, a criação e a sustentação desses empreendimentos muito podem contribuir para o atingimento do principal Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS), que é a erradicação da pobreza em todos os seus aspectos, pois os pequenos negócios são geradores de emprego e renda.

O nascimento dos pequenos negócios no Brasil

Nas sociedades primitivas, a produção era individual e artesanal, o homem produzia para seu consumo e não para a comercialização, o chamado sistema familiar. Mais tarde, entra em cena o sistema de corporações, no qual a produção passa a ser realizada por mestres artesãos, mas ainda, para um mercado reduzido. Logo aparece o sistema doméstico cuja produção era realizada em casa para um mercado em crescimento que inicia a decadência com o advento da Revolução Industrial. (FELIPPE, 2003, p. 16).

Para compreender o surgimento das empresas nos territórios brasileiros é necessário observar o que se passava no século XV, quando a Europa dá seu primeiro passo e deixa de viver recolhida sobre si mesma para enfrentar o oceano. (PRADO JR, 2012, p. 13).

Segundo Caio Prado (2012), somente a grande empresa seria viável no Brasil do início do século XV. Uma rápida leitura dessa obra faria supor que os pequenos negócios seriam inviáveis, pelo menos no início do processo colonial, no entanto, parte importante da história inicial de colonização relata sempre os pequenos empreendimentos. Se a relevância das grandes usinas açucareiras era bastante presente, difícil observar o desempenho dessas gigantes sem o apoio dos pequenos negócios, como acontece nos dias atuais, pois são os pequenos negócios que apoiam os grandes.

O papel de pioneiros nessa etapa de colonização das terras brasileiras foram os portugueses, os mais bem situados, geograficamente, no extremo da Península Ibérica, que avança pelo mar. Porém, os exploradores somente tinham interesses nas terras, nos ouros, como declara Oliveira (1993, p. 219):

[...] os primeiros colonizadores daqui eram vassallos do rei, vieram sós, deixando família e amigos, em busca de riquezas [...] não se fixaram nos territórios percorridos, despovoaram mais do que povoaram. Chegaram como conquistadores e mais tarde tornaram bandeirantes.



Barreto (2017, p. 92) expressa a ideia de que a motivação portuguesa no Brasil teria “sentido predatório, extrativista e quase só secundariamente religioso”.

Já a visão de Furtado (2007, p.27) é mais ampla quando diz que o início da ocupação econômica do território brasileiro é em boa medida uma consequência da pressão política exercida sobre Portugal e Espanha pelas demais nações europeias.

No terceiro decênio do século XVI havia interesses de Portugal para uma dominação definitiva do território brasileiro; no entanto, os maiores interesses econômicos estavam voltados para o Oriente, onde se percebia que as comercializações eram mais rentáveis.

Os poucos países que entendiam que a transferência para o território brasileiro valeria a pena precisavam de uma soma grande de recursos financeiros. Então os portugueses buscaram recursos por meio de fundos com outros parceiros, incluindo aí Judeus e Holandeses; assim, o plano tornou-se realidade.

O objetivo principal da transferência estava pautado na cana de açúcar, produto que representava um valor econômico importante na Europa. Prado Jr. (2017, p.32) relata esse momento:

Tratava-se de um produto de grande valor comercial na Europa. Forneciam-no, mas em pequena quantidade, a Sicília, as ilhas do Atlântico ocupadas e explorada pelos Portugueses desde o século anterior (Madeira, Cabo Verde), e o Oriente, de onde chegava por intermédio dos árabes e dos traficantes italiano do Mediterrâneo. O volume desse fornecimento era, contudo, tão reduzido que o açúcar se vendia em boticas, pesado em gramas.

A vinda dos portugueses para o Brasil e a exploração do açúcar alavancou muitos outros fatores na economia lusitana, pois, ao se iniciar a exploração da indústria açucareira no Brasil houve fomento de desenvolvimento em Portugal, da indústria de equipamentos para engenhos açucareiros. (FURTADO, 2007, p.31)

Como já conheciam bastante o território brasileiro, a probabilidade de sucesso era relativamente grande, sendo que parte importante da mão de obra seria utilizada pelos indígenas que eram pacíficos e numerosos. Nesse sentido, foi iniciada a ocupação e a colonização do território, recebendo por volta de seis quilômetros de terra cada colono. Como o esforço para desbravar e cultivar esses territórios, ainda muito hostil ao homem, era enorme, a doação de grandes extensões se justificava.

No ciclo açucareiro, a necessidade de mão de obra em grande quantidade era extremamente necessária, visto que o povo indígena que habitava o continente brasileiro não era condizente com o sistema mercantilista europeu.



Na primeira fase dessa economia encontra-se mais de uma empresa, evidências de que os pequenos negócios poderiam já existir entre as grandes usinas de açúcar, como relata Prado Jr. (2017, p. 41): “é preciso distinguir dois setores bem diferentes da produção. O primeiro é dos grandes produtos de exportação, como o açúcar e o tabaco; o outro é das atividades acessórias, cujo fim é manter em funcionamento aquela economia de exportação”. Na exposição do autor observa-se que há dois tipos de atividades, uma relacionada à própria produção e outra com o escoamento ou venda dessa produção. Essa produção é denominada por ele como “economia de subsistência”.

Observa-se a presença de pequenos negócios, pouco tímidos ainda em sua constituição, porém, quando Prado Jr. (2017), cita empresas para o escoamento da produção, poderia estar se referindo às empresas secundárias, ou seja, àquelas que apoiam as grandes no seu funcionamento e desenvolvimento.

Já na fase imigratória, a evolução brasileira foi acentuada, pois acontece uma grande transformação do regime de trabalho no país e, conseqüentemente, maior prosperidade. Segundo Prado Jr. (2017, p. 194), o “surto de atividades observados desde 1850 ganha novo impulso e não se interrompe mais”. Pode-se também observar em seus escritos que nessa época a multiplicação dos empreendimentos industriais, comerciais e, sobretudo, agrícolas, movimentando cada vez mais capitais de certo vulto.

De acordo com Palácios (2002, p.35):

[...] os pequenos empresários buscaram novas oportunidades de negócios, que vieram a florescer pela demanda inglesa promovida pela Revolução Industrial que fez com que cultivadores livres encontrassem, na cultura do algodão, uma nova oportunidade para investir.

A produção algodoeira impulsionou o desenvolvimento de inúmeros pequenos negócios no final do Século XVIII, incentivados pelo governo português. Os pequenos produtores e agricultores migraram da produção de alimentos para a cultura do algodão, convertendo-se em pequenos empresários; começa, então, a surgir em grande número novas empresas de toda ordem e finalidade.

A Revolução Industrial também movimenta a economia mundial e, conseqüentemente, tem repercussões na brasileira, como reforça Vogt *et. al*, (2016, p.229), que durante o século XIX, o advento da hegemonia britânica e a Revolução Industrial provocaram uma nova divisão internacional do trabalho e a expansão da economia mundial.



Pequenos empresários, os empreendedores

O Brasil é um dos países com maior taxa de empreendedorismo no mundo. E o brasileiro é tido como um dos povos mais criativos do planeta. Muito disso é explicado pela instável economia brasileira, o que gera a necessidade de criação do auto emprego.

Ao iniciar algum estudo sobre pequenos negócios, necessário se torna abordar os aspectos sobre empreendedores, uma vez que, para surgir o negócio, é essencial a figura daquela pessoa que visualiza uma oportunidade de mercado a ser atendida, congrega junto de si pessoas que compartilham da crença, da possibilidade de sucesso, do empreendimento, aplicam capital próprio para formar a empresa e decidem assumir riscos algumas vezes calculados. (PALMEIRA, 1999, p. 3).

No entanto, há empreendedores que se arriscam no mercado sem nenhum tipo de preparo, são os chamados empreendedores por necessidade.

Como relata Mello e Raifur *apud* Sousa *et al.* (2018, p. 7)

Quando a empresa nasce baseada na necessidade do proprietário, existem grandes possibilidades de o negócio pairar no grupo de empresas marginalmente sobreviventes, que guardam semelhanças com o empreendedorismo empobrecido, caracterizado pela presença de baixo grau de criatividade (arte) associado com baixa capacitação gerencial.

De acordo com Lemes Jr. e Pisa (2019, p. 15), empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam seu próprio negócio, geralmente de maneira informal, motivados pela falta de opções satisfatória de trabalho e renda. Geralmente, esse empreendedorismo decorre de uma situação típica de alguém que está desempregado, sem atividades remuneradas e não consegue recolocar-se no mercado, ou, muitas vezes, do profissional que perde o emprego e aproveita sua indenização para se aventurar em um novo negócio. O que se observa no empreendedorismo por necessidade, entretanto, é que a maioria dos negócios não sobrevivem.

Já o empreendedorismo por oportunidade é caracterizado como aquele em que a pessoa visualiza a oportunidade de criar um empreendimento e não é forçada a criá-lo para garantir sua sobrevivência. Lemes Jr. e Pisa (2019, p.15) informam que “por oportunidade entende-se que seja a identificação temporal e espacial do momento propício para realizar algo”.

Empreender é algo fundamental para a evolução, para o desenvolvimento, tanto o próprio quanto o do país e do planeta.



O Brasil vem conquistando ano a ano espaço no cenário internacional por suas características empreendedoras, porém, é a partir de 1990, com a gradual mudança no cenário político, a busca pelo controle da inflação e pelo desenvolvimento econômico que, o tema ganha impulso no Brasil e, a partir de 1994, com a estabilização econômica gerada pela implantação do Plano Real, cresce o número de abertura de empresas, em especial das médias e pequenas empresas. (LEMES JR. & PISA, 2019, p. 14).

O empreendedorismo pode ser definido, de forma prática, e, muitas vezes, em apenas uma palavra: inquietação. É aquela chamada interna que inspira e mobiliza as pessoas para que elas saiam de suas zonas de conforto, criem, mudem, enfim, para ir além, para pensar e agir “fora da caixa”.

Os empreendedores são diferentes em muitos aspectos, quer estejam abrindo uma pequena empresa ou concebendo novos produtos e negócios dentro de uma multinacional, mas todos têm características em comum: são rápidos, abraçam novas maneiras de pensar; são orientados para a ruptura e a inovação por meio da incerteza. (RIES, 2019, p.9).

Conceito de Empreendedor

A tradução vem da palavra *entrepreneur*, que provém da língua francesa, que é exatamente a mesma palavra que se utiliza na língua inglesa e foi introduzida na literatura econômica por Richard Cantillon, em 1755. (NUENO, 1995, p. 35).

Empreendedor quer dizer empresário, muito embora se tenha consciência de que nem todo empresário é um empreendedor e vice-versa. Um dos grandes problemas no mundo dos pequenos negócios, segundo alguns autores, é que as pessoas costumam confundir empresário com empreendedor. Esse é um dos motivos por que essas pessoas fracassam.

Empreendedores são pessoas que fazem acontecer, que desenvolvem sua capacidade de superar limites, ou seja, fazem a diferença. Sem estas pessoas não haveria desenvolvimento mundial, por isso essas características devem ser potencializadas. (TACHIZAWA, 2002, p. 26).

Drucker *apud* Chér (1996, p. 56), escreve que “empreendedor é o fundador da empresa, ou o que amplia o negócio já existente”. Já na concepção de Degen (1989, p. 25), “empreendedor é aquele que tem a necessidade de realizar coisas novas”, é aquela pessoa que tem facilidade de encontrar e pôr em prática ideias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar.

Outro atributo, muito importante, citado por Degen (1989), é a disposição para assumir riscos, pois só aquele que tem a coragem de assumir riscos poderá empreender, o



empreendedor é aquele que compra um produto por um preço certo para revendê-lo a um preço incerto.

A função empreendedora é aquela que tem uma forma de reformar ou revolucionar o modelo de produção, pela utilização de uma invenção ou de uma possibilidade tecnológica não experimentada para a produção de um novo artigo ou de um velho por vias novas; pela descoberta de uma nova fonte de suprimento de materiais, por um novo campo para produtos ou pela reorganização industrial. (SCHUMPETER, 1950, p.132).

Ainda de acordo com Schumpeter (1950), “o empreendedor promove a inovação, sendo essa radical, pois destrói e substitui esquemas de produção vigentes. Baseado nessa premissa nasce o conceito de destruição criativa”.

Pequenos negócios

Os pequenos negócios, também chamados ou conhecidos como micro, pequenas e médias empresas, são empreendimentos que têm uma importância extremamente relevante no cenário socioeconômico atual. Em um passado recente, o empreendedor criava seu negócio por pura necessidade, empresas eram abertas quando não se encontrava emprego. Nos dias atuais a situação é diferente, pois o aquecimento de muitos setores tem motivado o brasileiro a empreender novos negócios.

Em diversas economias, as pequenas e médias empresas cumprem um papel de destaque, pois de acordo com o Relatório Anual das pequenas e médias empresas, na União Europeia essas empresas representam 99,8% do total de empresas, respondem por 66,9% da mão de obra empregada e 58,4% do Produto Interno Bruto (PIB). (MELLO & RAIFUR *apud* SOUSA *et al.*, 2018, p. 4).

Completam Mello e Raifur *apud* Souza *et al* (2018), que, individualmente, em termos de geração de emprego, destacam-se as pequenas e médias empresas de Portugal, com 75% da mão de obra empregada. Em termos de PIB, as pequenas e médias empresas da Espanha contribuem com 65%.

O Brasil estava com um atraso de aproximadamente trinta anos em relação às principais economias do mundo que, desde os anos de 1950, já destinavam tratamento diferenciado aos maiores geradores de empregos. (SEBRAE, 2020).

Por apreender uma elevada diferença que existe entre setores, dentro dos setores e entre empresas, entendendo que essas diferenças são bem relevantes às existentes nos países desenvolvidos, a Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL) recomendou que o Estado adotasse políticas públicas de desenvolvimento industrial, inovação tecnológica,



financiamento inclusivo aos setores menos produtivos e de fomento à pequena e média empresa. (MOSER *et al.*, 2011, p. 10). Esses autores ainda observam: “que além de atrasos em produtividade, observa-se atraso das economias latino-americanas e caribenhas quanto às capacidades tecnológicas se comprada a fronteira internacional”.

Embora exista, no Brasil, legislação específica para a proteção das pequenas e médias empresas, que foi instituída em 2006, com o intuito de prever tratamento diferenciado e favorecido à microempresa e à empresa de pequeno porte, essas empresas enfrentam muitas dificuldades para se estabelecerem no mercado. Por certo, parte importante vem da má gestão, localização inadequada, entre outros levantamentos, mas esse setor ainda carece de melhores políticas públicas que incentivem o crescimento.

A Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte vem sendo alterada a cada rodada de negociações com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento e competitividade brasileira no setor, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia.

O SEBRAE (2020) cita benefícios da Lei Geral que protege micro e pequenas empresas como: simplificação e desburocratização; facilidades para acesso ao mercado; facilidade para obtenção de crédito; estímulo à inovação e à exportação.

A classificação dos pequenos negócios é diversificada e bastante pulverizada entre os diversos órgãos que utilizam metodologias diferentes. Este estudo utilizou a classificação feita pelo SEBRAE que utiliza o critério da receita bruta, ou seja, o órgão considera microempresa sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada, e o empresário, devidamente registrado nos órgãos competentes que aufera em cada ano calendário receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00, já empresas de pequeno porte a receita bruta anual será superior a R\$ 360.000,00, sendo o teto igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00.

O microempreendedor individual é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional. O microempreendedor pode possuir um único empregado e não pode ser sócio ou titular de outro empreendimento.

As atividades empreendedoras no Território

Antes do iniciar a análise das atividades empreendedoras, é importante trazer uma definição do local onde nasce essa atividade, que é o território. Diante de diversas definições pesquisadas, a apropriada ao tema desse estudo vem de Etges (2005) no qual a autora relata



que território só existe a partir da materialidade que lhe é dada pelo seu uso, e que traz a marca de gerações que ali viveram e trabalharam.

Realmente, encontram-se em Sete Lagoas muitos tipos de empreendedorismo, sinal da marca de muito trabalho. Etges (2005) aponta que também é resultante dos embates políticos, econômicos e sociais que se travaram entre seus habitantes.

Para chegar ao patamar de uma economia importante na região, muitos embates políticos, certamente, aconteceram, mas um fator importante na definição do território é o nível tecnológico que foi alcançado pelos habitantes. Apesar de alguns avanços no aspecto do empreender, boa parte da tecnologia não avançou no território.

Operam no território muitas empresas em sistemas precários de produção, como são os exemplos das siderúrgicas, o que traz prejuízo à saúde das pessoas, como descreve Schumaker (1998): “a missão primordial da tecnologia, parece, é aliviar fardo de trabalho que o homem tem de carregar para manter-se vivo e desenvolver sua potencialidade”.

Dallabrida (2020, p.7) relata que o território é o espaço de vida das pessoas no qual se estabelecem as relações entre indivíduos ou grupos e destes com o seu meio físico e ambiental. É um espaço onde ocorrem tanto as relações de cooperação, quanto a expressão das diferenças e do conflito.

É preciso também considerar o território como “ambiente de vida, de ação, e de pensamento de uma comunidade, associado a processos de construção de identidade” (FLORES, 2006 *apud* HAMMES, 2018, p. 37). Assim, o território deve criar sua própria identidade de lugar de empreendedores.

Muitos empreendedores, por oportunidade, podem ser encontrados, porém encontram-se também os empreendedores que abrem seus negócios por necessidade, fato típico do momento que as pessoas estão atravessando, quando os profissionais perdem o emprego e aproveitam sua rescisão para empreender, no entanto, a falta de conhecimentos básicos poderá levá-los ao fracasso, logo nos primeiros anos.

Contudo, o empreendedorismo por oportunidade sempre deve sobrepor ao empreendedorismo por necessidade, tudo começa com a oportunidade.

Esse fenômeno tem se mostrado cada vez mais presente devido à maturidade da cultura da inovação e do fomento ao empreendedorismo no país. Ades *apud* Souza e Neto (2018, p.151), reforça que a cultura inovadora se caracteriza pelo estímulo de liberdade com o qual as pessoas podem dar ideias, sem medo de arriscar e de errar. A mesma autora, no entanto, complementa que essa afirmação deve ser entendida com certa parcialidade, pois não significa que processos podem ser alterados e riscos podem ser assumidos, indiscriminadamente.



A experiência, por outro lado, tem mostrado que é cultivando um ambiente mais favorável à inovação e oferecendo melhores condições de tornar negócios sustentáveis que se pode, efetivamente, fazer do Brasil um país de empreendedores de alto impacto, porém, uma oportunidade só pode transformar em um negócio se alguém tiver uma ideia e agir sobre ela, o que parece ser o único meio de a oportunidade se transformar em negócio efetivo.

Em Sete Lagoas já foi dado o pontapé inicial quando nos anos de 2014 e 2015 o município alcançou o primeiro lugar entre as cidades com o maior número de iniciativas empreendedoras no Estado de Minas Gerais, logo após, no ano de 2016, o município conseguiu o 11º. lugar na Semana Global do Empreendedorismo, uma iniciativa da Rede Global de Empreendedorismo em parceria com a Endeavor.

A 1ª Virada Empreendedora do município aconteceu no dia 18 de outubro de 2016, com oito horas consecutivas de palestras e capacitações sobre a cultura empreendedora e da inovação. Nela, vinte e cinco de seus palestrantes eram naturais da cidade ou empreendiam localmente. Esse evento foi realizado pelo Centro Universitário de Sete Lagoas/Fundação Monsenhor Messias (UNIFEMM) - a mais tradicional Instituição de Ensino Superior da região, em parceria com a Associação Comercial e Industrial de Sete Lagoas (ACI-SL) e o Santa Helena Valley (SHV).

O Santa Helena Valley (www.santahelenavalley.com.br) é a emergente comunidade local de *startups* - negócios de base tecnológica e de alta escalabilidade.

A escolha do nome Santa Helena Valley (SHV) é uma analogia ao San Pedro Valley, a comunidade de *startups* de Belo Horizonte que, por sua vez, remete ao Vale do Silício nos Estados Unidos, a maior comunidade de *startups* e de fomento à cultura empreendedora do mundo. Desde sua fundação, em janeiro de 2016, o SHV tem mantido uma agenda de reuniões semanais para mobilizar a comunidade local em torno dos debates sobre negócios digitais, com a realização de pitches (apresentações curtas), validações de modelos de negócio, capacitações e rodadas de apresentações para investidores.

Também organizou o Curso “Como montar sua *startup*”, capacitação de oito módulos oferecida gratuitamente para empreendedores locais e facilitado por fundadores de algumas das maiores *startups* do país, como *One Cloud*, *Max Milhas* e *Take.net*. Até o momento, o SHV integra 24 *startups* dos mais diversos segmentos em pleno funcionamento e uma comunidade de 165 empreendedores e entusiastas da inovação que, diariamente, discutem sobre as mudanças do mundo digital e empreendedorismo de alto impacto. E todo esse movimento aconteceu de maneira totalmente espontânea e independente, direcionado pelo propósito comum de seus integrantes de promover a mudança que se quer ver no país, por meio de seus próprios empreendimentos.



Essas atividades ocorridas no território vêm mostrar a relevância que os pequenos negócios têm para o município, pois há entendimento da sociedade como um todo, que esses negócios são uma âncora para os grandes empreendimentos e geram trabalho e renda, que beneficiam toda a população.

Considerações Finais

Cada vez mais os estudos sobre desenvolvimento regional vêm dando ênfase aos pequenos negócios constituídos no Brasil, por entender que são grandes geradores de emprego e renda. Os pequenos negócios têm suas origens no Brasil no período colonial, embora, de maneira tímida, pois se observa nos escritos de Caio Prado Jr. (2012) que eram os pequenos proprietários e os pequenos negócios que apoiavam as usinas de açúcar que foram as primeiras grandes empresas da época, seguidas do algodão e do café.

Escrever sobre pequenos negócios, que são as pequenas e médias empresas, e não dissertar sobre o empreendedorismo deixa uma lacuna enorme no texto, pois são esses heróis que constroem e levam esses empreendimentos. No entanto, o Brasil como um todo, se apresenta com muitos atrasos no que se refere ao apoio a esses empreendedores. Gasta-se muito tempo para abrir um negócio e, quando se está em atividade, as dificuldades de operações são enormes, tanto econômica como financeiramente; facilitar esses caminhos muito contribuirá para o crescimento que deve vir dos pequenos negócios.

Sete Lagoas deu seu primeiro passo no ano de 2016, com a Virada Empreendedora, o que parece pouco, porém foi um grande salto. Faz-se necessário, agora, olhar para o futuro e procurar dar seguimento ao apoio e manutenção dessas atividades para, cada vez mais, motivar os pequenos empreendimentos a crescer, a expandir, a gerar renda e, conseqüentemente, emprego. Também se faz importante o envolvimento das Universidades, visto que o município tem diversas Instituições de Ensino, do técnico ao universitário, então envolver essas classes é de suma importância para gerar uma cultura empreendedora entre os mais jovens.

Nesse sentido, é necessário reforçar que a atuação do Estado seja mais atuante para que se estabeleçam políticas públicas robustas no setor, com o objetivo de gerar motivação para essas atividades empreendedores continuarem e incentivo para os mais jovens participarem. Várias propostas já vêm sendo realizadas para que o empreendedorismo faça parte das grades curriculares, o que parece um excelente avanço como embrião para futuro empreendedores.



Durante a crise sanitária causada pelo Coronavírus (Covid-19), muito tem sido feito para ajudar esses empreendimentos como: prorrogação de impostos, ajudas emergenciais, entre outros benefícios, porém ainda há muito a ser feito, especialmente estratégias para dar melhores condições de sobrevivência ao setor.

O Brasil necessita, os territórios têm urgência e os pequenos negócios clamam por melhores condições para se desenvolver no mercado. Por isso, é importante que os órgãos públicos e, até mesmo os setores privados com mais condições financeiras, busquem soluções para que os pequenos negócios cresçam, para ser apoio aos grandes negócios, gerem postos de trabalho, gerem renda e sejam os protagonistas do amanhã.

Referências

- ANTONIK, Luis Roberto. **Empreendedorismo**: gestão financeira para micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
- BARRETO, Fernando de Mello. **Vianna Moog e seu cotejo entre Brasil e Estados Unidos**. Revista USP. São Paulo, n.12, p. 85-96, jan-mar/2017.
- CHÉR, Rogério. **Abrindo meu próprio negócio**. 2. ed. São Paulo: Maltese, 1996.
- DALLABRIDA, Valdir Roque. **Planejamento e gestão territorial**: aportes teóricos-metodológicos como referenciais no processo de desenvolvimento de municípios, regiões ou territórios. Mafra, SC: Ed. da UnC, 2020.
- DEGEN, Jean Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- ETGES, Virginia Elisabeta. **Desenvolvimento regional sustentável**: o território como paradigma. Santa Cruz do Sul: Redes. Artigo vol. 10, 2005.
- FELIPPE, Mario Celso. **Sobrevivência e mortalidade das pequenas e médias empresas da cidade de São José dos Campos**. Dissertação de Mestrado. UNITAU/SP, 2003.
- FURTADO, Celso: **Formação econômica do Brasil**. 34.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HAMMES, Elia Denise. **Norma e território**: a implementação da política pública nacional do microempreendedor individual na escala local. Tese do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional UNISC, Santa Cruz do Sul, 2018.
- LEMES JR, Antonio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.
- MOTTA, F.G. **Fatores condicionantes na adoção de métodos de custeio em pequenas e médias empresas**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000.
- MOSER, Ana Claudia et al. **A CEPAL numa era de indeterminação**: a hora da igualdade? Santa Cruz do Sul, RS, Brasil. 17 a 19 de agosto de 2011.



- NUENO, Pedro. **Emprendiendo el arte de crear empresas y sus artistas**. Madrid: Deusto S.A., 1995.
- OLIVEIRA, Lucia Lippi. **Bandeirantes e pioneiros: as fronteiras no Brasil e nos Estados Unidos**. Novos Estudos. CEBRAP, n. 37, 1993, p. 214-224.
- PALACIOS, Guillermo. **A Agricultura Camponesa e Plantations Escavistas no Nordeste Oriental Durante o Século XVIII**. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). *História Econômica do Período Colonial*. São Paulo: Hucitec, 2002, v. , p. 35-54.
- PALMEIRA, Mirian. **Empreendedorismo como opção profissional**. New Orleans, USA: BALAS – Business Association of Latin American Studies, 1999.
- PEGN. **Campeão mundial de encargos trabalhistas**. Disponível em: http://redeglobo5.globo.com/home_pegn/noticia.asp?id=309 1. Acessado em 06 maio 2021.
- PRADO JR, Caio: **História econômica do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- SEBRAE. **Diferenças entre micro e pequenas empresas e MEI**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 8 abr.2021.
- SOUZA Jose Henrique; MACHADO, Lindinalva Cândida; OLIVEIRA, Cilene A. Silva. **As origens da pequena empresa no Brasil**. Revista da Micro e Pequenas Empresa. Campo Limpo Paulista, 2007, v.1, n.1, p.53-65.
- SOUZA, Almir F. NETO; Adelino de Bartoli. **Manual prático de gestão para pequenas e médias empresas**. Barueri/SP: Manole, 2018.
- SCHUMACHER, E.F. **O negócio é ser pequeno**. Ed. Integral. São Paulo: Círculo do livro S/A, 1998.
- SCHUMPETER, J. **Capitalism, socialism and democracy**. New York: Harper and Row, 1950.
- SZMNECSANYI, Tamás (Org). **História econômica do período colonial**. São Paulo: Hucitec, 2002, p. 35-54.
- TACHIZAWA, Takeshy; FARIA, M.S. **Criação de novos negócios gestão de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- VOGT, Olgario Paulo, et.al. **Os republicanos rio-grandense e o desenvolvimento da agropecuária no estado durante a república velha**. Taubaté, SP, Brasil: G&DR, v.12, n.14. p.222-259, dez/2016.