

EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE DO 4º POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE PERNAMBUCANO

ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF 4 CONFECÇÕES CENTER IN PERNAMBUCO AGRESTE

Maria de Fátima da Silva*
Elâne Rafaella Cordeiro Nunes**
Ed Lauriana da Silva***
Clarice Maria Inácio****

RESUMO

O empreendedorismo gera riquezas, promove o crescimento econômico e melhora as condições de vida das pessoas de uma região. Sendo assim, buscou-se levantar o número de empreendimentos no 4º polo de confecções do Agreste, e assim elaborar o perfil do empreendedor neste município. Essa pesquisa possui caráter descritivo, bibliográfica e de campo. Os dados coletados através de questionário e entrevista foram elaborados, analisados e interpretados. Pode-se concluir que a economia está em franca expansão, principalmente no setor de confecções, transformando a vida da população local que descobriu, através da sua capacidade empreendedora, um meio de vida, de trabalho e de renda. Assim existem 1282 empreendimentos no município, o que indica que há aproximadamente um empreendimento para cada 18 habitantes. Essa diversidade de serviços ofertados demonstra o grande número de empreendedores existente no município e a capacidade que a população tem de aperfeiçoar, inovar e arriscar montar seu próprio negócio em diferentes segmentos da economia.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Confecção. Perfil Empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship generates wealth, promotes economic growth and improve the living conditions of people in a region. So, we tried to assess the number of companies in the fourth pole of Agreste clothing and identify the entrepreneur's profile in this city. This research was descriptive, bibliographical and field. The data collected through questionnaire and interview were compiled, analyzed and interpreted. There are 1282 companies in the municipality, which indicates that there is about one company for every 18 inhabitants. This diversity of services offered demonstrates the large number of businessmen in the city and the ability of the population has to improve and innovate their own business in various sectors of the economy. We conclude that the economy is growing, especially in the garment sector, transforming the way of life, work and incomes of local people.

Keywords: Entrepreneurship. Making. Entrepreneur profile.

* Especialista em Planejamento Tributário UFPE - Universidade Federal de Pernambuco, f4tyma.adm@gmail.com

** Doutoranda em Ciência Animal Tropical UFRPE - Universidade Federal Rural de Pernambuco, elane.rafaella@gmail.com

*** Bel. Ciências Contábeis, MBA em orçamento e Gestão Financeira Unifavip-Devery, edlaurinha@hotmail.com

**** Bel. Ciências Contábeis, Tesoureira do FMS- Fundo municipal de Saúde de Cupira/ PE, c_linacio@hotmail.com

Introdução

Empreendedorismo é “o campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com que consequências” (VENKATARAMAN, 1997, p. 120). Assim o empreendedorismo gera impactos na sociedade, na economia e na política, produzindo empregos, gerando rendas, proporcionando crescimento e desenvolvimento (ESPEJO; PREVIDELLI, 2006).

De acordo com Cohen e Silva (2002) é relevante para o Brasil que os empreendedores se desenvolvam, criando empregos e produzindo riqueza para o país, acelerando assim o crescimento sócio econômico. O Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2009), afirma que a população brasileira é classificada como uma das mais empreendedoras do mundo, ocupando o 13º lugar no total de 43 países analisados.

De acordo com IBGE/PNAD (2009), dos empreendimentos existentes em 2006, 63% eram representados pela mulher e 38% pelo homem, que tinha como principal fator motivacional a necessidade. Em 2013, esta realidade já havia se modificado onde 51,2% dos empreendimentos tinham a frente a figura feminina, e 48,8% a figura masculina, e a oportunidade era o principal motivo do empreendimento (GEM, 2013). Nesse contexto, nos dias atuais, onde a crise econômica vem causando medo pelo cenário de desemprego, os indivíduos estão mais cautelosos ao montar seu próprio empreendimento.

De acordo com Britto e Wever (2003), um empreendedor deve visar as oportunidades e possuir algumas habilidades, entre elas, a criatividade e inovação. A contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado. Dolabela (1999) afirma que é necessário que o empreendedor seja capaz de criar, desenvolver e colocar em prática as suas ideias e visões. Assim o empreendedor é responsável pela geração de riquezas dentro de uma região, promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida das pessoas. É também um fator de relevante importância para a geração de empregos e renda.

O desenvolvimento econômico é o processo de acumulação de capital e incorporação de progresso técnico ao trabalho e ao capital que leva ao aumento da produtividade, dos salários, e do padrão médio de vida da população, como educação e segurança. O papel principal do empreendedor é inovar e impactar o crescimento

econômico, mas para os economistas empreender é um evento meta-econômico, que influencia a economia sem fazer parte dela (SCHUMPETER, 1997).

A relevância do assunto tratado neste estudo é nítida ao se assumir a premissa de que o empreendedorismo é a principal fonte de desenvolvimento para uma região (SEBRAE, 2013). A quantidade de empreendimento tem ligação direta como o crescimento do município, o qual precisa manter um ambiente propício para o desenvolvimento econômico, onde o ajuste fiscal e a crise não comprometa a vontade de empreender. Assim o objetivo é identificar o perfil empreendedor dos habitantes do 4º polo de confecções do agreste, objetivando o levantamento do número de empreendimento existente no município, dividi-los por setor, além de conhecer a cultura local e as principais contribuições para a economia estadual.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Empreendedorismo e crescimento econômico

Segundo GEM (2003, p. 5), empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”.

Um dos principais meios da atividade empreendedora é a pequena empresa, o empreendedorismo costuma ser mensurado nos diversos Estados Brasileiros pela atividade dos trabalhadores por conta-própria (SEBRAE, 2013). Alguns estudiosos compreendem que existe o empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. E aquele que por necessidade, desejo, ou influência do meio, torna-se um empreendedor, existe também aqueles que se capacita para continuar o empreendimento da família (DORNELAS, 2001).

Para Dolabela (1999, p. 12), “para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento proativo do indivíduo, o qual deve desejar aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção”. Na concepção de Fillion (2000) para que uma ação seja empreendedora é necessário que o indivíduo tenha (visão, energia, liderança e relações), o que confirma que é o fato de ter visão somada com conhecimento diferencia um empreendimento do outro.

Aghion e Howitt (2006), afirmam que o empreendedorismo é uma resposta endógena aos investimentos em conhecimento que não foram completamente apropriados pelas empresas estabelecidas resultando em um crescimento econômico: níveis mais altos de crescimento econômico devem resultar de maior atividade empreendedora, uma vez que o empreendedorismo serve como mecanismo de facilitar o transbordamento e a comercialização do conhecimento.

Schumpeter (1997) enfatiza o papel do empreendedor como motor do crescimento e descreve como ele desafia as empresas estabelecidas no mercado, introduzindo inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes. Por isso, Bittencourt (2005) destaca que o desenvolvimento de competências possibilita que as práticas organizacionais sejam direcionadas para uma gestão mais efetiva e propícia à estratégia competitiva, levando-a a vantagem competitiva.

Aghion e Howitt (2006) afirmam que o número de empresas nascentes numa região em relação à sua população é um fator chave para explicar o desempenho econômico regional. Assim nas regiões onde há mais empreendedorismo, o produto interno bruto e sua variação são maiores. Filion (2000) destaca a importância do empreendedor para o desenvolvimento econômico da sociedade, voltando-se para os resultados e o impacto dos empreendedores no sistema econômico.

Portanto, o empreendedorismo é responsável pela criação de oportunidades, o surgimento e o crescimento da organização, o destaque de um ramo, a iniciativa na formação da equipe, a criação destrutiva salutar e a transformação organizacional (BRUSH et. al., 2003). Assim é notável que o empreendedorismo é fator determinante para o crescimento econômico de um município, Estado e País.

2.2 Perfil empreendedor

Segundo Felipe (2006), ser empreendedor significa ser motivado pela autorrealização, pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente. Para Dornelas (2001) o empreendedor é aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação. Assim “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 1999, p. 19).

Ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação. Dolabela (1999) afirma

que um empreendedor deve possuir características de coragem, decisão, ser visionário, estabelecer objetivos e buscar alcançar, saber utilizar seus conhecimentos e informações, ter uma rede de contatos. Assim os empreendedores estão sempre preocupados em melhorar nas habilidades menos desenvolvidas e se aprimorar nas mais fortes (CUNHA, 2004; PERERA et al., 2004).

Lopes e Souza (2005) definem quatro fatores que identificam o perfil empreendedor: realização, planejamento e poder, acrescidas do fator inovação. Para o SEBRAE (2013), o comportamento que caracteriza o empreendedor que busca o autodesenvolvimento é a autoavaliação, a autocrítica e o controle. Nesse entendimento, para se tornar um empreendedor de sucesso, é preciso reunir: imaginação; determinação; habilidade de organizar; habilidade de liderar pessoas; habilidade de conhecer tecnicamente etapas e processos.

Dornelas (2001, p. 15) confirma que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Lopes e Souza (2005, p. 17) afirmam que a “diferença do empreendedor das outras pessoas é a maneira de como percebe a mudança e lida com as oportunidades tendo iniciativa para gerar um novo negócio, assumindo riscos calculados, criando sempre valor para a sociedade”. Assim, as características que definem o empreendedor são:

Autoeficaz “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).

Assume riscos calculados “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).

Planejador “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).

Detecta oportunidades “é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 289).

Persistente “capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 290).

Sociável “Os empreendedores fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 291).

Inovador pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa (FILION, 2000).

Líder pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo (HISRICH; PETERS, 2004).

Para Dornelas (2007), as características dos empreendedores de sucesso contemplam: ser visionário; saber tomar decisões; fazer a diferença e explorar ao máximo as oportunidades; ser determinado, dinâmico, dedicado, otimista e apaixonado pelo que faz; ser independente e construir seu próprio destino; ficar rico; ser organizado, líder, formador de equipe e bem relacionado; possuir conhecimento; assumir riscos calculados, criar valor para a sociedade e planejar muito.

Portanto, diante do exposto, o indivíduo que possui o sonho e a vontade de fundar um império pessoal, a vontade de conquistar; o impulso de lutar, de ser bem sucedido, que possui a alegria de criar e realizar coisas ou simplesmente de empregar a própria energia para a criatividade; que se transforma para tornar possível a transformação, este indivíduo seja nato ou não é o empreendedor de sucesso.

3 Procedimentos metodológicos

Procedimento metodológico é o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, na qual as proposições são declarações afirmativas sobre fenômeno e os processos. Todo procedimento metodológico tem como objetivo delinear o caminho a ser percorrido pelo pesquisador na tentativa de relacionar a teoria com a vivência. A metodologia dá origem ao método, e é o método que possibilita a pesquisa.

Partindo do princípio de que um método é uma forma escolhida para se chegar a um determinado resultado, quanto aos fins, ela é descritiva, em se tratando de meios, essa pesquisa é bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica é caracterizada pelo uso de materiais, como livros, revistas, artigos, além de pesquisas em sites especializados (MICHEL, 2009).

Entendendo-se que a fonte de pesquisa teve dados primários oriundos do campo e secundários, envolvendo obras literárias em geral, como livros, artigos, periódicos, bancos de dados, relatórios, dissertações, bem como meios eletrônicos, Marconi e Lakatos (2002, p. 138) explicam que “a coleta de dados constitui uma etapa

importantíssima da pesquisa de campo, mas não deve ser confundida com a propriamente dita. Os dados coletados serão posteriormente elaborados, analisados e interpretados”.

Os instrumentos de coleta de dados usados na pesquisa foram: o questionário e a entrevista. O questionário é um instrumento de observações baseado em uma sequência de questões escritas e que são dirigidas ao um grupo de pessoas, para constatar suas opiniões a respeito de um determinado assunto levando em considerações aspectos demográficos.

O tipo de entrevista realizado foi a não estruturada, a qual o entrevistado tem liberdade para desenvolver suas respostas em uma sequência que considere adequada, a entrevista segundo Ketele (1999 p. 18):

A entrevista é um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas selecionadas cuidadosamente, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objetivos da recolha de informações.

A coleta de dados foi feita por meio de questionário e entrevista, realizados na secretaria de desenvolvimento econômico do Município de Cupira, na Indústria de bebida Cajuvita, no comércio local, e com os cidadãos, a exemplo do senhor José Ricardo secretário de Administração da Município, com o intuito de fazer o diagnóstico da situação atual do perfil empreendedor, levantar a quantidade de empreendimento. A análise dos dados coletados se deu pelo conteúdo das respostas do questionário e da transcrição das entrevistas realizadas. Análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos que se aperfeiçoa constantemente e que se aplicam a discursos diversificados (BARDIN, 1977, p. 31).

4 Resultados

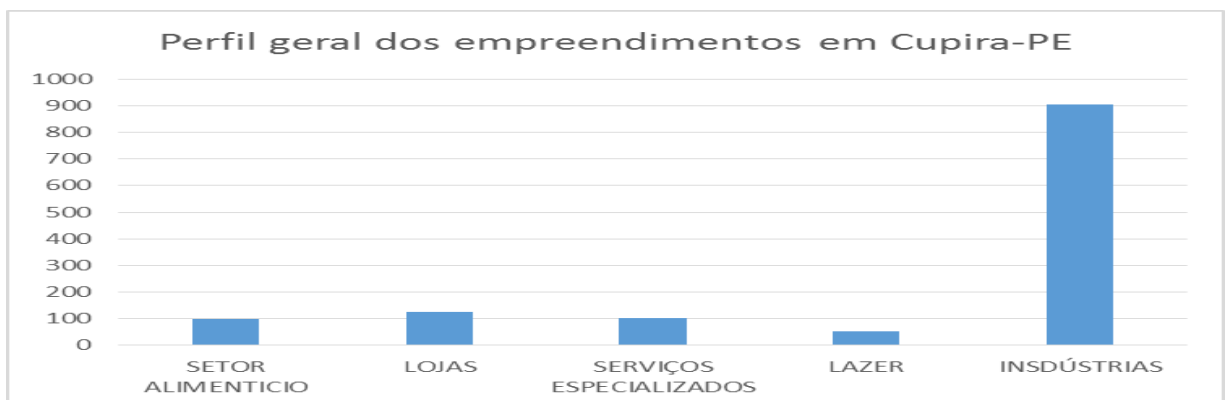
O município em estudo é Cupira Pernambuco que foi criado em 29/12/1953, pela Lei Estadual 1.818, está localizado no Agreste do Estado, sua área municipal ocupa 103,8 km², representa 0,11 % do Estado de Pernambuco e se distância da capital por 170 km. De acordo com o IBGE (2014), a população residente é de 23.841 habitantes, sendo 80,8% na zona urbana e 19,2% na zona rural, com densidade demográfica de 229,7 hab/km².

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal-IDH-M é de 0,697, o que situa o município em 110º no ranking estadual (o estado de Pernambuco tem 184 municípios) e em 4563º no nacional. O Índice de Exclusão Social, que é construído por 7 (sete) indicadores (pobreza, emprego formal, desigualdade, alfabetização, anos de estudo, concentração de jovens e violência) é de 0,332, ocupando a 96º no ranking estadual e a 4.557º no nacional. O PIB per capita é de 6.180,07 (IBGE, 2014). Na área de educação, o município possui 66 escolas públicas e 17 privadas com 4.397 alunos matriculados. Os gastos sociais per capita são R\$ 32,00 em educação e cultura, R\$ 28,00 em habitação e urbanismo, R\$ 40,00 em saúde e saneamento e R\$ 9,00 em assistência e previdência social (IBGE, 2014).

De acordo com o IBGE (2013), Cupira contava com 403 unidades empresariais ativas, ocupando 2.698 pessoas, com remunerações de 1,5 salários mínimos mensais, totalizando anualmente salários e outras remunerações 27.560 mil reais anuais. A cidade também conta com 47 entidades sem fins lucrativos (Associações, igrejas e ONGS). Administração municipal que é responsável por uma média de 2.000 empregos diretos, o total de veículo é de 7.155, o que afirma que a cada 3 habitantes, um tem veículo próprio (IBGE, 2014).

No ano de 2015, a quantidade de empreendimentos presente no município é impressionante, ao totalizar 1282 empreendimentos, o que demonstra um crescimento em apenas dois anos, principalmente quando comparado com o número de habitantes do município, revelando que existe aproximadamente um empreendimento para cada 18 habitantes. Dados que permite sugerir que Cupira é um dos municípios pequenos com clima e comércio de metrópole, como pode ser visto no gráfico 1:

Gráfico 1. Perfil Geral dos empreendimentos no município de Cupira-PE.



Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, 2015, pelos autores.

Como pode ser visualizado na tabela 1, o setor de confecção é o destaque da economia municipal, com 904 empreendimentos. Apesar disso, não foi o primeiro grande empreendedorismo do município. A primeira empresa a se instalar no município foi uma de bebidas, a Cajuvita, fundada pela família Inácio por volta dos anos 60 que gerou empregos e desenvolvimento social para o município, além de levar o nome de Cupira para todos os Municípios Pernambucanos e outros Estados. Ao longo dos anos mais empresas foram criadas, e mais pessoas foram saindo da agricultura para trabalhar no comércio.

Tabela 1. Empreendimentos do setor industrial existente no município de Cupira-PE.

Setor industrial	Quantidade	Setor industrial	Quantidade
Confecção moda praia	15	Confecção de bonecas	28
Confecção moda jovem	130	Confecção de calçados	3
Confecção Roupas íntima	15	Confecção bolsas femininas em couro / tecidos.	8
Confecção bolsas de bebê	240	Confecção acesoarias femininos	6
Confecção cama mesa e banho	60	Confecção fardamentos	15
Confecção modinhas	160	Confecção abadais	13
Confecção jeans	25	Bebidas	2
Confecção camisa masculina social	35	Flocos de milho	1
Confecção shorts	43	Fogos de artifícios	1
Confecção roupas para animais	13	Gêneros alimentícios	3
Confecção camisas masculina sport.	87	Temperos e condimentos	1
Total			904

Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, pelos autores 2015.

Em conversas com os moradores antigos do município de Cupira, observou-se que um dos alicerces para desenvolvimento da principal atividade econômica do município, o setor de confecções, surgiu do caráter empreendedor de alguns habitantes que lá residiam. De acordo com esses moradores, a proximidade geográfica do município com um dos polos de confecção de Pernambuco, Caruaru, estimulou a economia do setor de confecção, pois costureiras do município começaram a abrir seus

próprios fabricos. Nesse ramo a empresa Calipha foi a principal responsável pelo desenvolvimento, iniciando o trabalho de capacitação das costureiras e empregando um considerável número de pessoas.

Após esse passo, no ano de 2013, os governantes iniciaram um trabalho estimulando a formação de mão de obra especializada ofertando gratuitamente curso profissionalizante como o de corte e costura. Sendo o primeiro município pernambucano a realizar a ação do Projeto Negócio a Negócio, com técnicos e consultores do SEBRAE, visando o desenvolvimento das micro e pequenas empresas e dos empreendedores individuais, uma ação de suma importância para o desenvolvimento econômico do município e o crescimento e fortalecimento do empreendedorismo.

Muitos dos empresários de sucesso do Município saíram da zona de conforto e foram a procura de novos conhecimentos, procuraram por meio de empresas especializadas capacitar seus colaboradores, e juntamente com as secretarias de empreendedorismo da prefeitura municipal levaram para suas empresas o SEBRAE.

O município também conta com jovens empresários que vem se destacando por suas inovações em todos os seguimentos, oferecendo uma excelente gastronomia, área de lazer, turismo, clínicas médicas, consultórios odontológicos, salões de festas, buffet, decoradores, especialista em direito, saúde e contabilidade, hotelaria, indústria de bebida e alimento.

Tabela 2. Empreendimentos do setor alimentício existente no município de Cupira-PE.

Setor alimentício	Quantidade	Setor alimentício	Quantidade
Supermercado/mercearias	36	Açougue	4
Lanchonetes	16	Distribuidor Água mineral	3
Panificadoras	13	L. especialista chocolate	2
Deposito Bebidas	5	Bombonieri	2
Pizzaria	5	Sorveterias	2
Restaurantes	4	Frutaria	2
Buffet	4	Soparia	1
Açougue	4		
Total			99

Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, pelos autores 2015.

No ramo alimentício, de acordo com a vigilância sanitária municipal, existem 99 empreendimentos, conforme a tabela 2, distribuídos nos diferentes bairros do município,

que proporcionam à população a compra de produtos em varejo ou atacado, assim como opções de lanche e refeições em diferentes horários.

Também existem no município 101 empreendimentos que oferecem serviços especializados a população, que varia desde consultórios médicos particulares até agência de viagem, como pode ser visualizado na tabela 3.

Tabela 3. Empreendimentos existentes no município de Cupira-PE, que oferecem serviços especializados.

Serviços especializados	Quantidade	Serviços especializados	Quantidade
Salão de beleza	11	Lab. Análises Clínicas	3
Escolas Particulares	9	Bancos	3
Consultório Odontológicos	8	Estúdios Fotográficos	3
Escritório Contabilidade	6	Oficina de Prótese	2
Escritório Advocacia	6	Disc mensagem	2
Consultório médico	5	Estacionamento privativo	2
Gráficas	5	Seguro veicular	2
Posto de combustível	5	Agencia de Viagem	2
Oficinas mecânicas	5	Dep. Ferro Velho	2
Academia	4	Clinica Fisioterapia	1
Lava jato	4	Estudo Tatuagem	1
Provedor de Internet	4	Lotérica	1
Casa Funerária	4	Agencia de Taxi	1
Total			101

Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, pelos autores 2015.

Além de serviços especializados há 53 empreendimentos que oferecem serviços para momentos de lazer e para atender a população local e os turistas como bares, hotel, motel e clube de piscinas, conforme demonstra a tabela 4.

Tabela 4. Empreendimentos existentes no município de Cupira-PE, que oferecem serviços que proporcionam momentos de lazer e suporte aos habitantes locais e turistas.

Lazer	Quantidade
Bares	44
Hotel	4
Motel	1
Piscina/Clube	4
Total	53

Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, pelos autores 2015.

O comércio local conta com 125 lojas de diferentes segmentos, as de maior número são as que comercializam roupas, contendo 30 lojas. A distribuição das lojas por segmento está exposta na tabela 5.

Tabela 5: Empreendimentos existentes no município de Cupira-PE, que oferecem lojas especializadas.

Lojas	Quantidade	Lojas	Quantidade
L. Roupas unissex	30	L. prod. veterinários	4
l. medicamentos/ drogarias	12	L. de Brinquedo	3
L. material construção	10	L. Artigo presente	3
L. eletrodoméstico	9	L. de Auto Peças	3
L. de calçado	8	Papelaria	3
L. de tecido	6	L. material esportivo	2
Boutique	6	L. Maquinas Costura Ind.	2
L. cosmético	5	L. Automovéis/moto	2
L. Bolsas e acessório	5	L. Bebês	2
Óticas	5	L. Revenda Bicicletas	1
L. Roupas infantis	4		
TOTAL			125

Fonte: Pesquisa realizada no município de Cupira, pelos autores, 2015.

O processo de regularização e abertura do empreendimento no município inicia-se por meio da sala do empreendedor, onde a prefeitura formaliza os interessados, através da declaração anual, emissão do carnê do INSS, solicitação do comprovante de residência do estabelecimento, CNPJ, e alvará de funcionamento. Esse trabalho é facilitado pela parceria da prefeitura com o Banco do Nordeste, que disponibiliza um posto para microcrédito próximo a sala do empreendedor.

Em entrevista, o senhor José Ricardo comenta: “Fizemos um trabalho de implementação da Lei Geral, que é a parte mais complicada: tirar a legislação do papel” salienta. “Estamos em primeiro lugar na implementação da Lei Geral em Pernambuco.” Para conscientizar a população, toda semana, carro de som divulga cursos e presta outras informações. Programa de rádio também é usado para a comunicação com o empreendedor.

O início desse incentivo público municipal para regularização e capacitação das empresas surgiu, segundo o senhor José Ricardo, secretário de administração, a partir das solicitações da população. Em paralelo, o mesmo fez um diagnóstico do empreendedorismo local. Ao contabilizar 400 confecções, constatou a falta de mão de

obra qualificada. Para suprir a deficiência, a prefeitura formalizou convênio com instituições como o SEBRAE e o Instituto de Tecnologia de Pernambuco – ITP – e trouxe cursos a fim de orientar, treinar, qualificar os empreendedores e proprietários de pequenas empresas.

“A gente começou a qualificar o pessoal”, relata. “Fizemos também curso de tecnologia de corte.” Ao mesmo tempo, percebeu a necessidade de o pequeno empresário se preparar para o mercado. Era preciso ter criatividade nos produtos, inovar e dominar a gestão de pessoal. “Trouxemos consultores, palestrantes, para eles se tornarem mais competitivos. E isso vem surtindo um efeito”. Impulsionada por ações como essas, o município já está em quarto lugar entre os polos de confecção no Agreste. É referência na região. Dos quase 80 Municípios do Agreste, 19 respondem por 80% do PIB – e Cupira é um deles.

Em parceria com o SEBRAE e SENAI, o governo municipal promoveu clínicas tecnológicas para orientar microempresários sobre como gerir seus negócios de forma a se tornarem mais competitivos no mercado, entre as quais as compras do governo e serviço financeiro, com o SEBRAE, e gestão da produção, gestão de Pessoal e criação de produto, com o SENAI.

Considerações Finais

Pode-se concluir que as principais atividades econômicas no município são a agropecuária e o setor de confecções sendo o 4º polo têxtil do agreste, conta, ainda, com indústria alimentícia, comércio, serviços e feira livre. A diversidade dos serviços ofertados demonstra o grande número de empreendedores existentes no município e a capacidade que a população cupirense tem de aperfeiçoar, inovar e arriscar montar seu próprio negócio em diferentes segmentos da economia.

Essa característica do município faz com que os habitantes locais trabalhem nas empresas cupirenses ou no seu próprio empreendimento, um fato atípico dos municípios, ciclo vizinho que tem que recorrer ao principal polo econômico da região, Caruaru, para trabalharem. Esta é uma característica que torna o município de Cupira um lugar estratégico diante dos municípios circunvizinhos propiciando melhores ofertas para os habitantes residirem, trabalharem e investirem no município, o que gera renda para o comércio local.

Referência

AGHION, P.; HOWITT, P. Appropriate growth policy: a unifying framework. In: ANNUAL CONGRESS OF THE EUROPEAN ECONOMIC ASSOCIATION, 20., Amsterdam, 2006.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BITENCOURT, C. C. **Gestão de competências e aprendizagem nas organizações**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

BRITTO, F.; WERVER, L. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BRITTO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BROCKHAUS, R. **Advances in Entrepreneurship: firm emergence and growth**. Greenwich: JAI Press, 1997. V. 3.

BRUSH, C. et al. Doctoral education in the field of entrepreneurship. **Journal of Management**, Boston, v. 29, n. 3, p. 309-331, 2003.

CPRM - Serviço Geológico do Brasil Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea. **Diagnóstico do município de Cupira**, estado de Pernambuco / João de Castro Mascarenhas, Breno Augusto Beltrão, Luiz Carlos de Souza Junior, Manoel Julio da Trindade G. Galvão, Simeones Neri Pereira, Jorge Luiz Fortunato de Miranda. Recife: CPRM/PRODEEM, 2005.

CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, **Anais...** Curitiba, 2004.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: De Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

ESPEJO, M. M. S. B.; PREVIDELLI, J. J. Os grandes desafios e as estratégias do empreendedor no ensino superior privado. In: PREVIDELLI, J. J.; SELA, V. M. (Org.). **Empreendedorismo e educação empreendedora**. Maringá: Unicorpore, 2006. p. 21-52.

FELIPPE, M. I. Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial. **Sala do Empresário**, São Paulo, v. 4, n. 16, p. 10-12, 2006.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, 2004. Sumário Executivo. Disponível em: <<http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/1EC939C7F8E5D50503256FE200487>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das condições de vida da população brasileira. **Estudos e Pesquisas**, n. 32. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2013/SIS>. Acesso em: 15 ago. 2015.

KETELE, J.-M. de; ROEGIERS, X. **Metodologia da recolha de dados**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, Rio Grande do Sul, v. 11, n. 6, p. 1-21, 2005. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/19826/atitude-empreendedora-em-proprietarios-gerentes-de-pequenas-empresas--construcao-de-um-instrumento-de-medida/i/pt-br>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002:

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1997.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil**. Relatório de pesquisa, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2015.

VENKATARAMAN, S. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. advance in entrepreneurship, firm, emergence and growth. Greenwich: JAI Press, 2002. V. 3.