

Eduardo José Grin  
Felipe Guerra Acosta  
Gilberto Sarfati  
Mario Aquino Alves  
Marcus Vinícius Peinado Gomes  
Peter Kevin Spink  
Rene José Rodrigues Fernandes



# DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO EM ESTADOS E MUNICÍPIOS



## Realização



### Centro de Estudos em Administração Pública e Governo (CEAPG)

O Centro de Estudos em Administração Pública e Governo (CEAPG) foi criado na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas em 1989, com o intuito de aglutinar pesquisadores e conhecimento em torno da administração pública. Durante 10 anos, o Programa Gestão Pública e Cidadania do CEAPG premiou mais de 200 experiências inovadoras em gestão pública em todo o país, formando um banco de dados público com mais de 8.200 experiências subnacionais. O CEAPG desenvolve pesquisas com o objetivo de produzir conhecimento sobre ação pública e disseminá-lo de forma acessível a todos gestores públicos e cidadãos. O foco de sua atuação é o olhar sobre as formas de ação pública na sociedade e sua ressonância no enfrentamento das diferentes manifestações de desigualdade social. Seguindo esta linha, figuram como projetos em desenvolvimento a Rede Amigos da Amazônia, o estudo da transparência e controle social do espaço público, as ações de desenvolvimento local e redução da pobreza, políticas públicas de gênero e redução das desigualdades raciais, dentre outros.

### Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

O Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (FGVcenn) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas existe com a missão de construir uma cultura de empreendedorismo e gerar, utilizar e difundir conhecimento sobre o tema tanto internamente na FGV, quanto nos diversos atores ligados a esta instituição. Para atingir sua missão, o FGVcenn promove a geração de conhecimento brasileiro sobre empreendedorismo, realizando eventos, workshops, competições de planos de negócios, concursos de casos, publicações, cursos, congressos e pesquisas.

## Apoio



Embaixada Britânica  
Brasília

## Agradecimentos

Agradecemos a todos que em algum momento colaboraram com os pesquisadores de campo, em especial a todos os envolvidos que nos receberam nas seguintes experiências: Bahia, Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina, Curitiba, Florianópolis, Santa Rita do Sapucaí e São José dos Campos.

Aos pesquisadores que realizaram as visitas de campo: Adriano Borges Costa, Eliane Barbosa, Fernando Burgos, Patrícia Laczynski, Thamiris Rodrigues Ferreira e Otávio Prado.

Ao apoio: Eliana Del Bianco Alves, Fabiana Sanches Moura e Malu Villela.

À Embaixada Britânica, em especial: Dawn Reis, Debora Teixeira, Ivone Dezaneti, Raíssa Ferreira e Tatiana Coutinho.

Aos painelistas: Amisha Miller (Endeavor), Bruno Quick (Sebrae), Claudio Furtado (FGV), Dawn Reis (Embaixada Britânica), Guilherme Ary Plonski (FEA-USP e Anprotec), Julio Dante (Sebrae-SP), Marcelo Aidar (FGV), Marina Biancalana (Consulado Britânico), Rochester Costa (Finep), Rômulo Correa (Embaixada Britânica) e Tales Andreassi (FGV).



## **AUTORES**

CEAPG  
CENN

## **PESQUISADORES**

Eduardo José Grin  
Felipe Guerra Acosta  
Gilberto Sarfati  
Mario Aquino Alves  
Marcus Vinícius Peinado Gomes  
Peter Kevin Spink  
Rene José Rodrigues Fernandes

# DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO EM ESTADOS E MUNICÍPIOS

São Paulo, março de 2012



Programa Gestão Pública e Cidadania

DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS  
PÚBLICAS DE FOMENTO AO  
EMPREENDEDORISMO EM ESTADOS  
E MUNICÍPIOS**AUTORES**

CEAPG  
CENN

**PESQUISADORES**

Eduardo José Grin  
Felipe Guerra Acosta  
Gilberto Sarfati  
Mario Aquino Alves  
Marcus Vinícius Peinado Gomes  
Peter Kevin Spink  
Rene José Rodrigues Fernandes

**EDIÇÃO E REVISÃO**

Maura Campanili

**EDITORA**

Programa Gestão Pública e  
Cidadania, FGV-EAESP

**PROJETO GRÁFICO**

[www.vendocomunicacao.com.br](http://www.vendocomunicacao.com.br)

Autorizamos a reprodução e  
divulgação total ou parcial deste  
trabalho, por qualquer meio  
convencional ou eletrônico, para  
fins de estudo e pesquisa, desde  
que citada a fonte.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Karl A. Boedecker da Fundação Getulio Vargas - SP.

Desenvolvimento de Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo em Estados e Municípios / Centro de Estudos em Administração Pública e Governo, Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios.

São Paulo : Programa Gestão Pública e Cidadania, 2012.

52 p.

ISBN 978-85-87426-19-2

1. Empreendedorismo - Brasil. 2. Políticas públicas - Brasil. 3. Administradores públicos. I. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Centro de Estudos em Administração Pública e Governo. II. Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios. III. Título.

CDU 35(81)

# Sumário

Introdução	9
<b>1.</b> Apresentação	10
<b>2.</b> Construção de um ambiente empreendedor e o papel do estado	12
<b>3.</b> Recomendações de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo para municípios e estados	15
<b>4.</b> Práticas para diálogo	18
<b>5.</b> Instrumentos de apoio para análise do ambiente de negócios local	36
Orientação para autoavaliação	36
Autodiagnóstico do ambiente de negócios promovido pelas políticas públicas governamentais	37
<b>6.</b> Indicadores de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo	43

## Siglas

- Anprotec** – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
- APL** – Arranjos Produtivos Locais (ver Glossário)
- ASPR** – Ação Social do Paraná
- Badesc** - Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina S.A.
- Banestado** – Banco do Estado do Paraná
- BID** – Banco Interamericano de Desenvolvimento
- BNDES** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- CEAPG** – Centro de Estudos em Administração Pública e Governo
- Cepal** – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
- Cecompi** - Centro para Competitividade e Inovação
- Endeavor** - Instituto Empreender Endeavor Brasil
- Fadesc** – Faculdade de Desenvolvimento de Santa Catarina
- Fapesb** – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia
- FEA/USP** – Faculdade de Economia e Administração da USP
- FGV** – Fundação Getúlio Vargas
- FGVcenn** – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da FGV/EAESP
- FGV/EAESP** - Escola de Administração de Empresas de São Paulo
- Fieb/IEL** – Federação das Indústrias do Estado da Bahia/Instituto Euvaldo Lodi
- Finep** – Financiadora de Estudos e Projetos
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- Inatel** – Instituto Nacional de Telecomunicações
- IPT** – Instituto de Pesquisas Tecnológicas
- ITA** – Instituto Tecnológico de Aeronáutica
- LGBT** - acrônimo de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros
- MCTI** – Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação
- MEI** – Microempreendedor Individual
- Midic** – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
- MPE** – Micro e Pequena Empresa
- OCDE** – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- OS** – Organização Social
- Oscip** – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
- P&D** – Pesquisa e Desenvolvimento (ver Glossário)
- Progridir** – Programa de Fortalecimento da Atividade Empresarial
- Prointec** - Programa Municipal de Incubação Avançada de Empresas de Base Tecnológica
- Sebrae** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- Secti** - Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia
- SMCTDES/Florianópolis** - Secretaria Municipal de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico Sustentável da Prefeitura de Florianópolis
- Seplag** – Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão
- USP** – Universidade de São Paulo
- TIC** – Tecnologia de Informação e Comunicação



# Introdução

**A** publicação mostra como o ambiente de negócios está fortemente relacionado às ações do Estado, que pode criar barreiras e incentivos à atividade empreendedora.

Para tanto, traz uma síntese teórico-empírica e, a partir dela, um conjunto de instrumentos de apoio ao gestor público para que se desenvolva um bom ambiente de negócios.

O primeiro instrumento é um esquema analítico de orientação da autoavaliação da atuação do poder público no sentido de propiciar um bom ambiente de negócios. Segue-se uma enquete que contém questões para o autodiagnóstico das políticas pró-ambiente para a atividade empreendedora do município ou do estado. Por fim, são apresentados 25 indicadores de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo. Trata-se de um conjunto de indicadores de fácil compreensão por parte

de qualquer gestor público, que não demanda o dispêndio excessivo de tempo e recursos para serem obtidos.

A cartilha contém, ainda, recomendações para ajudar os gestores públicos no exercício da implantação de políticas públicas de incentivo ao ambiente empreendedor em suas localidades e um recorte analítico de casos estudados para estimular uma reflexão comparativa.

Há muitos caminhos e visões que podem levar à melhoria desta cartilha e gostaríamos de receber suas sugestões. Este é um convite para colaborar. Para maiores informações sobre os indicadores, esquema e enquete, exemplos de inovações locais que efetivamente melhoram a qualidade de vida e a dignidade, relatórios, livros, vídeos sobre ações locais, todos de acesso gratuito e aberto, consulte: [www.fgv.br/ceapg](http://www.fgv.br/ceapg)

Boa leitura!

# I. Apresentação

Um dos grandes desafios dos gestores públicos no nível subnacional (estados e municípios) é criar condições para que a atividade empreendedora floresça nos territórios sob sua jurisdição. Se, por um lado, o fomento da atividade empreendedora contribui significativamente para a economia local, na geração de empregos e receitas que resultam em melhor qualidade de vida para a população, por outro lado, as políticas públicas, a legislação e os arranjos institucionais não têm contribuído para que os negócios prosperem facilmente.

A cartilha Desenvolvimento de Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo em Estados e Municípios foi elaborada por pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas, do Centro de Estudos em Administração Pública e Governo e Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios, com o apoio do Prosperity Fund da Embaixada Britânica. Tem o objetivo de municiar os gestores públicos de estados e municípios brasileiros com instrumentos para promover um bom ambiente para fazer negócios em seus territórios.

A publicação foi produzida a partir de métodos qualitativos que gerou uma série de novas ideias interessantes traduzidas para uma linguagem apropriada para o uso prático dos gestores públicos, mantendo, porém, os rigores de um trabalho produzido no ambiente acadêmico.

A metodologia de produção seguiu as seguintes etapas:

## **1ª ETAPA: LEVANTAMENTO DA LITERATURA E DOCUMENTOS OFICIAIS**

Foi realizado um levantamento da literatura sobre políticas públicas de fomento ao

empreendedorismo, procurando cobrir trabalhos nacionais e internacionais, com especial cuidado de observar elementos que permitissem algum tipo de análise comparada.

Também foram coletados documentos oficiais de órgãos governamentais (IBGE, Midic, Secretaria de Assuntos Estratégicos), instituições multilaterais (BID, OCDE) e organizações sem fins lucrativos (Endeavor) que tratam da temática do empreendedorismo e da promoção de políticas públicas pertinentes.

A análise desses documentos permitiu a elaboração de um roteiro investigativo que resultou em um levantamento com especialistas.

## **2ª ETAPA: LEVANTAMENTO COM ESPECIALISTAS**

Foi realizado um levantamento eletrônico com um grupo de acadêmicos com pós-graduação e práticos na área de empreendedorismo. O objetivo do levantamento foi subsidiar o 1º Painel de Especialistas e levantar possíveis experiências para visitas de campo.

Com dezessete perguntas, o levantamento ficou disponível para ser respondido entre os dias 25 de setembro e 6 de outubro de 2011 e foi respondido por 34 pessoas.

## **3ª ETAPA: 1º PAINEL DE ESPECIALISTAS**

Em 14 de outubro de 2011, foi realizado o 1º Painel de Especialistas da pesquisa, com o objetivo de validar os resultados do levantamento, sugerir indicadores para avaliação de políticas de empreendedorismo, assim como trabalhar com estes indicadores e experiências a serem visitadas.

Estiveram presentes especialistas das seguintes instituições: FGV/EAESP; FEA-USP; Anprotec; Finep e Embaixada Britânica.



#### **4ª ETAPA: VISITAS DE CAMPO**

Após o cruzamento das indicações e dos documentos oficiais e do painel de especialistas, foram escolhidas oito experiências (quatro de nível municipal e quatro de nível estadual) com base em distribuição geográfica e análise de aspectos que as diferenciavam: Agência Curitiba de Desenvolvimento S/A; Secretaria Municipal de Ciência e Tecnologia e Desenvolvimento Econômico Sustentável de Florianópolis; Programa de Governança Multinível de São José dos Campos; Programa Municipal de Incubação Avançada de Empresas de Base Tecnológica (Prointec) e Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), de Santa Rita do Sapucaí; Agência de Fomento do Paraná; Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina; Desenbahia e Secretaria de Ciência e Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia; e Banco de Desenvolvimento e Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais.

Em nenhum momento esperava-se constituir um banco de “melhores práticas”, mas trazer experiências que ajudassem a compreender como novos indicadores poderiam ser utilizados pelos gestores públicos. Os casos foram selecionados para mostrarem um pouco do conhecimento tácito que gestores públicos possuem sobre a condução de suas políticas de fomento à atividade empreendedora.

#### **5ª ETAPA: 2º PAINEL DE ESPECIALISTAS**

Em 1º de dezembro de 2011, foi realizado o 2º Painel de Especialistas da pesquisa com o objetivo de: validar os relatórios das visitas de campo e a estrutura da publicação; validar o esquema analítico; aprimorar os indicadores de política e a enquete de autodiagnóstico de políticas para fomento à atividade empreendedora.

Estiveram presentes especialistas das seguintes instituições: FGV/EAESP; Sebrae Nacional; Sebrae São Paulo; Endeavor e Embaixada Britânica.

## 2. Construção de um Ambiente Empreendedor e o Papel do Estado

**A**lgumas perspectivas são importantes para a promoção de políticas de empreendedorismo. Dentro desse debate, algumas questões são consideradas chave:

### ■ **O município/estado deve ter uma política de fomento ao empreendedorismo?**

Sim, porque a atividade empreendedora gera empregos, crescimento econômico, diminuição das desigualdades sociais e inovação.

### ■ **O que é um empreendedor?**

De acordo com a definição da OCDE, o empreendedor é aquele que gera valor através da criação ou expansão da atividade econômica identificando novos produtos, processos ou mercados. Nesse sentido, existem dois tipos de empreendedor: de alto impacto e de estilo de vida.

Evidências apontam que algumas empresas de crescimento acelerado têm um grande impacto na geração de empregos e crescimento econômico. São chamadas empresas de alto impacto porque crescem mais de 20% ao ano em um período de três anos.

A maior parte dos empreendedores de micro e pequeno portes são chamados de empreendedores por estilo de vida. São empresas constituídas para satisfazer as necessidades financeiras dos empreendedores, ao mesmo tempo em que geram um número limitado de empregos. Embora as micro e pequenas empresas não tendam a apresentar crescimento acelerado no longo prazo, constituem, em seu

conjunto, a maior fonte de empregos não só no Brasil, mas em todo o mundo.

### ■ **Por que diferenciar empreendedores de alto impacto e empreendedores de estilo de vida na constituição de políticas públicas?**

Políticas públicas que apoiam o desenvolvimento de empreendedores de alto impacto são chamadas de políticas de empreendedorismo. As políticas que apoiam os empreendedores de estilo de vida são políticas de apoio às micro e pequenas empresas.

Políticas de empreendedorismo visam fomentar empreendedores (indivíduos) altamente inovadores, que possam gerar um alto impacto no crescimento econômico, movendo a economia para produtos e serviços com maior valor agregado. Ou seja, quando uma região tem vários empreendedores de alto impacto, há uma melhora sensível em seu desenvolvimento econômico.

Políticas de apoio às micro e pequenas empresas podem ser justificadas pela criação de empregos e melhora do nível de vida desses empreendedores. Assim, são políticas essencialmente sociais.

### ■ **O que são políticas de empreendedorismo e de apoio às micro e pequenas empresas e como elas se dividem?**

Para entender a diferença entre ambas as políticas é preciso compreender como, na prática, elas são executadas. As políticas que afetam o ambiente de negócios podem ser divididas em políticas regulatórias e de estímulo.

Alguns exemplos de políticas regulatórias são:

- ▶ Regras de entrada e saída de negócios;
- ▶ Regras trabalhistas e sociais;
- ▶ Regras de propriedade;
- ▶ Regras tributárias;
- ▶ Regras de propriedade intelectual;
- ▶ Regras de falência; e
- ▶ Regras que afetem a liquidez e disponibilidade de capital (incluindo taxas de juro e acesso a financiamento).

De forma geral, políticas regulatórias afetam positivamente o ambiente empreendedor e, portanto, os empreendedores de alto impacto e por estilo de vida. O bom ambiente regulatório gera efeitos positivos sociais e de desenvolvimento. Já as políticas de estímulo, estão relacionadas a ações que promovem prioritariamente a atividade empreendedora de alto impacto. Essas atividades podem ser classificadas em:

- ▶ Promoção de cultura e educação empreendedora;
- ▶ Desenvolvimento de indústria de incubadoras e venture-capital;
- ▶ Programas de promoção da inovação (pesquisa e desenvolvimento);
- ▶ Programas de fomento à internacionalização; e
- ▶ Aumento de acesso ao empreendedorismo por grupos sub-representados (étnicos, mulheres etc.).

A promoção de educação e cultura empreendedoras refere-se ao desenvolvimento de programas educacionais em todos os níveis de educação, do básico ao superior, que promovam a motivação e a capacidade de empreender.

A educação é a base do ciclo virtuoso do empreendedorismo, pois promove uma sociedade que acolhe o indivíduo empreendedor, impulsiona a próxima geração de empreendedores e dá instrumentos de capacitação para que haja uma maior quantidade de indivíduos empreendedores.

A promoção de atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) significa o estabelecimento de mecanismos que estejam mais próximos do mercado. Sistemas de P&D que alimentam positivamente o ciclo de empreendedorismo tendem a juntar universidades com empresas já estabelecidas no mercado aos potenciais empreendedores. O governo tende a alimentar o sistema fomentando a relação com o mercado.

Uma vez estabelecidas, empresas *startups* passam a necessitar de instrumentos que aperfeiçoem suas gestões. Portanto, frequentemente o governo promove treinamento, aconselhamento e *coaching* ao indivíduo empreendedor.

O ciclo se fecha com a promoção de uma indústria nativa forte de *venture capital* que, de um lado, deve contar com um fluxo consistente de novos empreendimentos e, de outro, estímulos públicos para a sua consolidação. Isso acontece à medida que a sociedade vê empreendedores

## O ciclo virtuoso do empreendedorismo.



que tiveram sucesso, que enriqueceram e acabam servindo de exemplo para a próxima geração, que se motiva a entrar no ciclo virtuoso do empreendedorismo.

### **PREMISSAS PARA O CICLO VIRTUOSOS DO EMPREENDEDORISMO:**

- Ambiente regulatório positivo;
- Alto nível de educação;
- Foco no empreendedor de alto impacto (indivíduo); e
- Participação ativa do Estado em todos os elos do ciclo.

No longo prazo, as políticas de estímulo provêm o desenvolvimento econômico da região.

Dessa maneira, tudo o que for feito para facilitar o dia a dia do empreendedor ajudará a promover um bom ambiente de negócios que, por sua vez, gera impactos positivos de desenvolvimento e impactos sociais (geração de emprego e renda).

Entretanto, isto não é suficiente para promover o desenvolvimento econômico regional. Aí é que entram as políticas de estímulo.

#### **■ E o que não entra nessas duas categorias?**

Cursos de capacitação de micro e pequeno empresários, microcrédito, incubadoras sociais etc. devem ser vistos como políticas sociais vinculadas ao apoio a micro e pequenas empresas.

Políticas sociais (curto prazo) são importantes, mas devem ser ponderadas do ponto de vista de investimento em relação aos seus objetivos de desenvolvimento (médio e longo prazos).

## 3. Recomendações de Políticas Públicas de fomento ao empreendedorismo

**H**á dois grupos de recomendações de políticas que podem ser adotadas pelos gestores públicos, visando ao fomento do empreendedorismo. O primeiro grupo são as políticas regulatórias, importantes tanto para apoiar o empreendedor estilo de vida como o empreendedor de alto impacto. As políticas de estímulo, embora tenham foco prioritário no empreendedor de alto impacto, podem servir de referência para grupos de empreendedores por estilo de vida.

### Políticas Regulatórias

O maior indicador de sucesso de políticas públicas é melhorar o posicionamento do país na Classificação de Facilidade em Fazer Negócios<sup>1</sup> do Banco Mundial. Em 2009, o Brasil ocupava a posição 129 do ranking.

Abaixo, seguem recomendações de políticas regulatórias que podem afetar o ambiente de negócios empreendedor:

#### ■ Reforma Tributária

A estrutura tributária precisa ser simplificada para todas as empresas. Entretanto, como o Brasil é um país federativo em que os governos subnacionais nem sempre têm interesses coincidentes em temas tributários, sempre

foi complicado discutir uma simplificação do modelo, especialmente considerando o bolo dos estados e municípios que tributam as empresas, essencialmente, por meio do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e Imposto Sobre Serviços (ISS). A experiência da implementação do Simples Nacional é extremamente positiva por sua característica de regime unificado de arrecadação e foi um passo importante para a simplificação e desoneração das micro e pequenas empresas. O aprofundamento da simplificação é fundamental para incentivar: a) que empresas de alto impacto possam atingir outros patamares de crescimento; b) que empreendedores estilo vida sejam estimulados a abrir e manter suas empresas, gerando renda e emprego.

#### ■ Simplificação de trâmites burocráticos para a abertura, manutenção e fechamento de uma empresa

A média de 120 dias para a abertura de uma empresa é inaceitável. Os procedimentos burocráticos deveriam ser reduzidos e eliminados, levando a um máximo de 7 dias para abertura de uma empresa e 15 dias para o fechamento. Esta meta ainda é acima da média dos países desenvolvidos, mas representaria um grande passo para facilitar o empreendedorismo no país. O sistema poderia também ser radicalmente simplificado com a introdução do

<sup>1</sup> Ease of Doing Business Rank: índice que mede o grau de dificuldade de operar em um negócio em um país, avaliando diversas questões regulatórias, como regras para abrir e fechar empresas, regras trabalhistas, regras de construção, obtenção de crédito, impostos e proteção ao investidor.

conceito de 'janela de serviços' (apresentado abaixo). Os procedimentos para a manutenção de uma empresa deveriam ser simplificados especialmente para aquelas classificadas como de micro e pequeno portes. O sistema deveria ser simples o suficiente para dispensar o serviço de um contador.

#### ■ **Instituição da 'janela de serviços'**

'Janela de serviços' é o acesso a todos os serviços prestados pelo governo em um só lugar. O sistema deve privilegiar o acesso a serviços e procedimentos pela internet. Além disso, centros de atendimento concentrando diversos órgãos no mesmo lugar deveriam ser criados (por exemplo, Junta Comercial, Receita Federal, Prefeituras Municipais, INSS etc.).

#### ■ **Instituição da Avaliação de Impacto Regulatório**

Avaliação de Impacto Regulatório significa que toda nova legislação produzida pelo legislativo e normas e regulamentos do executivo devem ser acompanhadas de um relatório que informe o impacto da medida na atividade das micro e pequenas empresas, cuja responsabilidade é do proponente. (Embora isso não obrigue a mudança da lei ou norma, serve de reflexão sobre ela estar ou não criando mais burocracia para as empresas).

#### ■ **Aumento do acesso ao crédito**

As altas taxas de juros do país funcionam como um forte inibidor ao crédito bancário e à propensão ao risco do empreendedor, já que juros altos implicam em uma taxa mínima de atratividade também alta. Nesse sentido, o país tem tido uma administração macroeconômica responsável, mas ainda há um longo caminho até que os juros sejam compatíveis com os de economias desenvolvidas.

#### ■ **A questão de crédito, porém, não se resume à taxa de juros. Há ainda o acesso ao sistema financeiro (incluindo a garantia) e o spread bancário**

Incentivo fiscal para empresas que invistam em P&D e crédito ou redução de impostos para empresas que comprovadamente tenham programas de inovação. A renúncia fiscal pode ser maior quando a empresa comprovar

envolvimento em projeto de inovação com instituições de ensino superior.

Trata-se de um aprofundamento da Lei do Bem (Lei Federal nº 11.196/2005) que prevê incentivos fiscais a empresas que desenvolverem inovações tecnológicas, quer na concepção de produtos quer no processo de fabricação e/ou agregação de novas funcionalidades ou características a produto ou processo. As empresas podem também optar entre os incentivos originais da Lei do Bem e os do artigo 19-A, introduzidos pela Lei nº 11.487/2007, regulamentada pelo Decreto nº 6.260/2007. Esta Lei trata de financiamento, pelas empresas, de projetos de pesquisa de Instituições Científicas e Tecnológicas (ICT).

Os mecanismos legais são adequados, mas devem ser amplamente divulgados e integrados à plataforma de serviços aos empreendedores, de modo que cada vez mais empresas possam ter acesso ao benefício já contemplado na lei.

## Políticas de Estímulo

### *Promoção de cultura e educação empreendedoras:*

- ▶ Inclusão do empreendedorismo na educação municipal e estadual.

### *O sucesso de programas de educação empreendedora requer:*

- ▶ Desenvolvimento de currículo, recursos e métodos de ensino;
- ▶ Treinamento e desenvolvimento de professores;
- ▶ Apoio da administração das escolas;
- ▶ Alocação de recursos financeiros;
- ▶ Estabelecimento de parcerias com as empresas e comunidade local;
- ▶ Oportunidades para estudantes experimentarem seus projetos, incluindo concursos regionais e nacionais de planos de negócios e *funding* para os empreendimentos; e
- ▶ Criação do Observatório de Empreendedorismo.



Para subsidiar o governo nas políticas públicas de empreendedorismo às micro e pequenas empresas, recomendamos a criação de um Observatório de Empreendedorismo que monitore a atividade das micro e pequenas empresas da região (em especial os indicadores recomendados nesta cartilha<sup>2</sup>).

■ **Fomento ao empreendedorismo de grupos específicos:**

As políticas de estímulo também servem como mecanismo que lida com desigualdades referentes a grupos específicos de uma população. Recomendamos que sejam desenvolvidos programas específicos que fomentem o empreendedorismo para grupos sociais como mulheres, negros, deficientes físicos etc. Estes programas de estímulo tendem, normalmente, a incluir também medidas regulatórias que possibilitam maior abatimento de imposto de renda ou acesso privilegiado a crédito.

<sup>2</sup> Ver pág. 43.

## 4. Práticas para Diálogo

Com o objetivo de mostrar o que está acontecendo na área de políticas públicas voltadas ao tema no Brasil, foram selecionadas algumas experiências de governos estaduais e municipais que dialogam com o fomento ao empreendedorismo. Foram analisadas iniciativas dos governos estaduais de Minas Gerais, Bahia, Paraná e Santa Catarina e das prefeituras dos municípios de Curitiba, Florianópolis, Santa Rita do Sapucaí e São José dos Campos.

O objetivo de trazer essas experiências para debate é evidenciar a complexidade do ambiente em que os governos operam para desenvolver suas iniciativas. Assim, os relatos não devem ser vistos como modelos a serem replicados em outros contextos, mas exemplos para o diálogo sobre as políticas de fomento ao empreendedorismo<sup>3</sup>.

### Política social com foco prioritário na geração de emprego e renda<sup>4</sup>:

*Programa de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais do Estado da Bahia*

A Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação (Secti) do Estado da Bahia tem como objetivo fomentar o desenvolvimento sustentável no estado a partir da articulação com a comunidade científica, órgãos governamentais (estaduais, mas também federais e municipais), empresariado e sociedade civil organizada. Com esta visão, a Secti trabalha com tecnologias de ponta e tecnologias sociais.

<sup>3</sup> Cada experiência relatada traz uma referência ao questionário do capítulo 5 (pág. 36), podendo ser um exemplo de resposta para uma ou mais perguntas.

<sup>4</sup> Experiência relacionada à questão 4, pág. 39.

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb) é ligada à Secti. Entre suas iniciativas, desenvolve programas de apoio à inovação, como o Programa de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais, programa que tem atuação baseada em editais para levantar e disseminar iniciativas com foco no empreendedorismo social para apoiar tecnologias como instrumentos para a geração de emprego e renda e a inclusão social.

#### O Programa é composto por oito ações:

- a)** Apoio a Tecnologias para o Fortalecimento de Grupos Produtivos Urbanos e Rurais: voltado a inclusão produtiva, desenvolvimento e transferência de tecnologias para a produção de bens e serviços de grupos produtivos urbanos e rurais, apontando soluções de problemas das populações que vivem em territórios com elevados índices de pobreza e baixos índices de desenvolvimento humano;
- b)** Apoio à Pesquisa em Segurança Pública: busca o fortalecimento da pesquisa local, apoiando a realização de pesquisas aplicadas para solução de problemas regionais, trabalhando na formação de novas redes de articulação e promovendo ações de estímulo à formação de novos núcleos e grupos de pesquisadores;
- c)** Seleção de Discente para Curso de Especialização em Extensão Universitária e Pesquisa-Ação: a partir do apoio financeiro, busca a participação de discentes, residentes na Bahia, no Curso de Especialização em Extensão Universitária e Pesquisa-Ação, bem como a realização dos projetos de pesquisa-ação que se constituirão em monografias de fim de curso;
- d)** Apoio a Incubadoras de Empreendimentos

Econômicos Solidários e Ambientais: financia projetos que visem a apoiar a incubação de empreendimentos econômicos solidários que prestam serviços ambientais ou trabalham para a sua preservação, utilizam ou possam desenvolver práticas economicamente sustentáveis, aplicando nesse processo tecnologias socioambientais;

- e)** Apoio ao Pacto Federativo de Ater (Assistência Técnica e Extensão Rural): busca contribuir para o fortalecimento da agricultura familiar por meio de ações de assistência técnica e extensão rural nos nove territórios de cidadania na Bahia;
- f)** Apoio a Tecnologias para o Desenvolvimento Social: busca selecionar projetos de desenvolvimento e difusão de tecnologia, em territórios urbanos ou rurais, que contribuam por meio de soluções inovadoras para a melhoria das condições de vida da população e para o desenvolvimento territorial de forma sustentável;
- g)** Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos Solidários: visa apoiar projetos voltados à implantação ou ao fortalecimento de Incubadoras Universitárias, Temáticas e Territoriais de Empreendimentos Econômicos Solidários e que tenham como finalidade a geração de trabalho e renda, bem como a sustentabilidade dos empreendimentos nos aspectos econômicos, sociais, políticos e de gestão;
- h)** Apoio a Pesquisas voltadas para o Semiárido Baiano: financia projetos de pesquisa que contribuam para a produção de conhecimento científico sobre o semiárido baiano e/ou para o desenvolvimento de soluções inovadoras que tenham como objetivo a melhoria das condições de vida da população nessa região.

## Banco estadual de desenvolvimento<sup>5</sup>:

*O Badesc, de Santa Catarina*

Dois órgãos, no âmbito do governo estadual de Santa Catarina, de alguma forma estão envolvidos com o fomento ao desenvolvimento: a Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina S.A. (Badesc) e a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável.

Inicialmente chamado de Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina S.A., o Badesc foi fundado em 1975 com o objetivo de financiar projetos voltados para o desenvolvimento econômico do estado. Com as mudanças no sistema financeiro estatal implementadas durante o final da década de 1990, os bancos de desenvolvimento estaduais foram em sua maioria extintos, mas o Badesc foi um dos poucos em que houve um processo de reestruturação, que o transformou em uma agência de fomento. Assim, em 1999, deixou de ser um banco e passou a ser a Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina. Com tal mudança, o Badesc não pôde mais emitir títulos no mercado como forma de captar poupança, o que o tornou extremamente dependente da capitalização com recursos públicos do governo do estado ou do BNDES.

Se a transformação do Badesc em Agência de Fomento ocorreu durante a gestão do governador Paulo Afonso (1995-1998), foi na gestão Esperidião Amin e Paulo Bauer (1999-2002) que mudanças significativas foram postas em prática, por meio de um programa denominado Crédito de Confiança, baseado nas experiências do crédito popular no mundo e no Brasil, com foco na experiência do Grameen Bank em Bangladesh.

Ainda no início do governo de Esperidião Amin, ficaram definidas as novas responsabilidades do Badesc como agência de fomento: realizar estudos setoriais e regionais necessários ao estabelecimento de ações para o desenvolvimento integrado do estado; desenvolver programas de

<sup>5</sup> Experiência relacionada à questão 9, pág. 39.

investimentos; elaborar diagnósticos e elaborar projetos voltados à atração de investimentos no estado; financiar projetos a microempreendedores; e financiar projetos de obras e serviços de infraestrutura urbana dos municípios de pequeno porte.

Outra mudança no perfil de atuação do Badesc foi o fortalecimento do financiamento a prefeituras e obras públicas. Com isso, o Badesc deixou de ser um financiador essencialmente de projetos empresariais instalados no Estado e passou a atuar principalmente com micro e pequenas empresas, empresários e com o financiamento a governos locais<sup>6</sup>.

O Badesc trabalha hoje com três linhas de financiamento. Uma destinada às prefeituras de Santa Catarina, cujos recursos são oriundos do Fundo de Desenvolvimento das Cidades. A segunda é destinada a empresas de grande e médio portes com recursos do Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Empresarial de Santa Catarina (Fadesc), que pode ser utilizada para investimento fixo ou capital de giro. A terceira linha de financiamento é destinada aos pequenos negócios, formalizados ou não, por meio do microcrédito.

O Badesc conta ainda com dois outros programas que, na prática, não tiveram resultados: o Badesc Microempresa e o Observatório do Microcrédito. O primeiro é voltado para o microempresário que chegou ao teto dos empréstimos permitidos pelo microcrédito, mas que necessita de recursos (de R\$ 30 mil a R\$ 250 mil) para expandir seus negócios. No entanto, uma análise dos 42 documentos exigidos mostra que a linha é um desestímulo ao empreendedor. O Observatório do Microcrédito, que deveria reunir e organizar informações capazes de melhorar as políticas de microcrédito, por meio da troca de informações sobre boas práticas que vêm sendo realizadas, não chegou a entrar em funcionamento.

O Badesc teve sua presidência alterada três vezes em 2010. Essa instabilidade refletiu em descontinuidade nas suas operações. Em 2010, o Badesc intermediou R\$ 190 milhões em operações, sendo R\$ 120 milhões destinados a prefeituras, principalmente para investimentos em infraestrutura. Desde janeiro de 2011, quando Nelson Santiago assumiu a presidência da agência, a estimativa é que o volume de operações cresça pelo menos 31%, atingindo R\$ 250 milhões, mas principalmente por meio de financiamento para empresas e entidades privadas.

O Badesc é apenas um agente financiador, com um volume de recursos razoável e penetração em todo o estado de Santa Catarina. Em termos de fomento ao desenvolvimento econômico e à criação de bons ambientes para se fazer negócios, pode-se dizer que suas ações são bastante limitadas. Não se trata de uma agência de fomento ao desenvolvimento, mas apenas de financiamento, que opera de forma independente de qualquer outro órgão do governo estadual.

### Articulação entre várias organizações, com aporte do BID<sup>7</sup> *Rede Bahiana de APL*

Desde 2006, a Secti é o órgão executor da Rede Baiana de Arranjos Produtivos Locais (APL), ligada ao Programa de Fortalecimento da Atividade Empresarial (Progridir). O programa é financiado pelo BID em 10 milhões de dólares e conta com contrapartida do Governo do Estado da Bahia, do Sebrae e do Instituto Euvaldo Lodi – Federação das Indústrias do Estado da Bahia (FIEB/IEL) de 6,6 milhões de dólares. Além desses, a Rede Baiana de APL conta com outros parceiros que atuam de forma mais pontual: Companhia de Desenvolvimento dos

<sup>6</sup> SANTOS, M.A.; SANTOS, Iliane Medeiros. O Processo de Privatização do BESC. In: I Encontro dos Grupos de Pesquisa da UDESC, 2004, Florianópolis. Caderno de Resumo I Encontro dos Grupos de Pesquisa da UDESC, 2004. v. 1. p. 58-59. SANTOS, Iliane Medeiros. Banco de Desenvolvimento de Santa Catarina – Badesc sua Transformação em Agência de Fomento e o Microcrédito. Tese de Doutorado apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina. 2011.

Vales do São Francisco e do Paraíba (Codevasf), Bahia Pesca (empresa vinculada à Secretaria de Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária da Bahia), Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração da Bahia (SICM), Secretaria do Turismo da Bahia (Setur), Secretaria de Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária da Bahia (Seagri), Secretaria de Planejamento (Seplan), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR, ligada à Secretaria de Desenvolvimento e Integração Regional).

Com o objetivo de fortalecer a competitividade de micro, pequenas e médias empresas, associações e cooperativas, organizadas em aglomerações geograficamente localizadas, o Progredir iniciou com o mapeamento de I IAPL no Estado:

- 1.** Automotivo (Região Metropolitana de Salvador e Portal do Sertão);
- 2.** Caprino-ovinocultura (Bacia do Jacuípe, Piemonte Norte do Itapicuru e Sertão do São Francisco);
- 3.** Confecções (Região Metropolitana de Salvador e Portal do Sertão);
- 4.** Derivados de Cana-de-Açúcar (Chapada Diamantina, Itapetinga, Litoral Sul, Sertão Produtivo e Vitória da Conquista);
- 5.** Fruticultura (Sertão do São Francisco e Piemonte Norte do Itapicuru);
- 6.** Piscicultura (Itaparica e Sertão do São Francisco);
- 7.** Rochas Ornamentais (Piemonte da Diamantina e Região Metropolitana de Salvador);
- 8.** Sisal (Sisal e Bacia do Jacuípe);
- 9.** Tecnologia da Informação (Região Metropolitana de Salvador e Portal do Sertão);
- 10.** Transformação Plástica (Região Metropolitana de Salvador e Portal do Sertão); e
- 11.** Turismo (Litoral Sul).

#### O escopo do programa contempla quatro componentes:

- a)** Mobilização e articulação da governança e das redes associativas;
- b)** Articulação entre a oferta e a demanda de serviços empresariais nos APL;
- c)** Ações diretas para o fortalecimento da competitividade dos APL; e
- d)** Monitoramento, avaliação e disseminação do programa.

A execução do programa contou com várias etapas. O componente da mobilização e articulação da governança e das redes associativas contempla desde a sensibilização das empresas e o seu cadastro junto à equipe organizadora até a realização do Plano de Melhoria da Competitividade dos APL. Foram cadastradas 1.207 organizações produtivas. Em seguida, foi realizado um diagnóstico para saber da situação de cada empresa – o Plano de Melhoria Individual (PMI) –, do qual participaram 788 empresas que, assim, puderam participar das outras fases do programa. Foram ainda estruturados 11 Planos de Fortalecimento de Organismos de Governança Local (OGL) – uma para cada APL – e formada uma rede por 279 empresas. O Plano de Melhoria da Competitividade (PMC), realizado para cada APL, é o eixo central do programa. Trata-se de um plano de negócios que indica as ações que as empresas devem seguir. O plano de negócios tem três eixos: o técnico e tecnológico (realizado pelo IEL); capacitação e acesso ao mercado (realizados pelo Sebrae).

O Progredir optou por trabalhar com micro, pequenos e médios empreendimentos que já tinham uma estrutura mínima. São empreendedores que necessitam do apoio do Estado para alavancar seus negócios. Alguns deles já estavam organizados em associações (como APL de Fruticultura, no Vale do São Francisco), mas eram minoria. Em sua maioria, estes empreendedores nunca tinham trabalhado de forma coletiva. Do segundo componente, articulação entre oferta e demanda de serviços

empresariais em APL, foram ativados 11 Centros Digitais de Cidadania (CDC) e implantados 10 portais. Os CDC fazem parte do Programa de Inclusão Digital, coordenado pela Secti. Trata-se de infocentros equipados com 10 computadores e impressora e apoio de monitores. São mais de 880 CDC em 417 municípios baianos. O programa conta com parceria de prefeituras e organizações não governamentais (ONGs) e de recursos do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

Do terceiro componente – ações diretas para o fortalecimento da competitividade dos APL – foram elaborados 57 planos de negócios para as redes. Esses planos elencaram 511 ações de capacitação, inteligência e acesso a mercados e serviços técnicos e tecnológicos. Foram ainda aprovados quatro projetos estruturantes (um implantado no APL de Confeções, um em execução no APL de Tecnologia de Informação e dois em processos de contratação no APL Automotivo e no APL de Transformação de Plásticos).

O projeto estruturante do APL de Confeções, por exemplo, tem três eixos: infraestrutura (modateca, teciteca, biblioteca virtual, cor, risco e corte, costurabilidade e estamparia), inserção de design (capacitação em gestão estratégica e design de moda, formação de multiplicadores para o Senai e consultoria das peças produzidas pelos gestores e designers) e promoção da marca (curadoria e realização de evento com foco comercial).

O Progridir passou por algumas dificuldades em relação à gestão. O programa começou em julho de 2006 e logo depois, em janeiro de 2007, mudou o governo, o que implicou em tempo para ajustes, além de rotatividade dos técnicos da Secti, que em grande parte não têm vínculo empregatício e trabalham na condição de bolsistas.

Além da gestão, o programa contou com outras dificuldades, como lentidão na avaliação dos processos na área jurídica, para o estabelecimento de parcerias, e na liberação dos processos encaminhados à Procuradoria Geral do Estado, descompasso entre o tempo institucional e de

operação da máquina estatal versus a dinâmica empresarial, inabilidade dos operadores da procuradoria em lidar com as regras de contratação do BID, complexidade nos modelos dos documentos necessários às aquisições de bens e serviços. Hoje o Progridir superou essas dificuldades.

## Políticas de crédito e financiamento<sup>8</sup>

### *Banco Social do Paraná*

Assim como em Santa Catarina, a constituição da Agência de Fomento do Paraná se deu no contexto de mudanças nos sistemas financeiros estatais, em que os bancos de desenvolvimento estaduais foram em sua maioria extintos. A Agência foi criada pela Lei nº 11.741/97 para substituir algumas das funções do Banco do Estado do Paraná (Banestado), que foi privatizado em 2000. A Agência de Fomento passou a gerir os ativos do antigo banco estadual de desenvolvimento e tomou-se o principal órgão financiador do governo do Paraná, tendo como finalidade operar prioritariamente com recursos próprios, no financiamento de iniciativas compatíveis com a política de governo do estado. A Agência de Fomento é uma empresa de economia mista, cujo sócio majoritário é o Governo do Estado do Paraná, estando vinculada à Secretaria da Fazenda do Estado.

O financiamento a municípios paranaenses é o principal foco da Agência de Fomento, representando cerca de 90% dos recursos gerenciados, que se originam também da operação de alguns fundos estaduais. Outro foco, construído pela agência ao longo da última década, é o apoio financeiro às pequenas empresas e ao micro e pequeno empreendedor, por meio principalmente do Banco Social. Este é um sistema de concessão de microcrédito, criado em 2001, que envolve a SETP (antiga Secretaria do Trabalho, Emprego

<sup>8</sup> Experiência relacionada à questão 15, pág. 40.

e Promoção Social), o Sebrae, as prefeituras e a Agência de Fomento.

Diferentemente do modelo adotado em outros estados, cuja concessão de crédito é feita por uma Oscip, no Paraná tem-se o modelo de primeiro piso. Isso significa que a Agência de Fomento não repassa recursos a uma entidade, que então realiza os empréstimos. O microcrédito é feito diretamente com a Agência de Fomento, por meio de uma rede de agentes de crédito espalhados pelo estado, que apenas faz a avaliação da operação, mas que não opera diretamente o crédito.

O Banco Social concede financiamentos de até R\$ 15.000, garantidos por avalistas, a uma taxa de 0,95% ao mês, sendo o valor médio dos financiamentos equivalente a R\$ 7.000,00. Essa taxa é bastante baixa se comparada com as praticadas por outros programas de microcrédito e se dá por dois motivos. O primeiro é o fato do Banco Social operar no “primeiro piso”, com recursos próprios da Agência de Fomento, que não busca retorno com o recurso operado nessa modalidade de crédito. A segunda explicação é sua estrutura operacional subsidiada. De forma resumida, o Banco Social opera dentro dos postos de atendimento ao trabalhador (Agência do Trabalhador) localizados nos municípios, em um espaço físico cedido pela SETP, por meio de funcionários das prefeituras, que trabalham como agentes de crédito e, para tanto, recebem um treinamento oferecido pelo Sebrae.

Por meio dessa rede de parceiros e de uma estrutura operacional simples, o Banco Social consegue operar com relevante capilaridade no território paranaense. Em 2011, havia agentes de crédito nos postos da SETP em 160 municípios. O objetivo é chegar a 250 postos até março de 2012. A aprovação do crédito fica a cargo de um comitê tripartite de crédito municipal, com representantes do poder público municipal, dos trabalhadores (por meio dos sindicatos) e dos empresários. Cabe à Agência de Fomento conceder os recursos para os financiamentos e elaborar e gerir os contratos. Todo o sistema é online e a liberação dos recursos

é por ordem de pagamento ou crédito na conta do tomador. Cerca de quatro mil empréstimos estão em vigência, em um valor total de R\$14 milhões. Em 10 anos de programa 34 mil pessoas foram beneficiadas com um valor de R\$ 135 milhões em crédito concedido.

A Agência de Fomento também possui um programa de segundo piso. Trata-se do Programa de Apoio às Cooperativas de Crédito (Procred), que visa a apoiar financeiramente as cooperativas de crédito, tendo como beneficiários finais micro e pequenas empresas cooperadas dos setores industrial, comercial e de serviço, que buscam empréstimos diretamente nas cooperativas. No entanto, até outubro de 2011, havia sido realizada apenas uma operação do tipo, com aporte de R\$ 1 milhão.

Enquanto o Banco Social e o Procred estão voltados aos microempreendedores, a Agência Paraná também possui uma linha de financiamento voltada às pequenas empresas que queiram investir na modernização e ampliação de suas atividades, e em treinamento de pessoal. Trata-se do Programa Bom Emprego Pequena Empresa (Probem), no qual as empresas devem ser optantes do Simples Nacional, possuir CNPJ há mais de um ano e faturamento anual inferior a R\$ 2,4 milhões. O que chama a atenção nessa linha de financiamento é a importância dada à capacidade das empresas tomadoras de crédito de manter ou ampliar o número de empregos gerados. Caso a empresa aumente ou mantenha o número de postos de trabalho, a taxa de juros (6,9%) é reduzida pela metade e o governo estadual, por meio do Fundo de Desenvolvimento Econômico (FDE), arca com o pagamento dessa diferença. Para conseguir o desconto, a empresa deve informar no site da agência o número de funcionários do mês corrente. Caso esse número seja menor do que o informado no mês anterior, o desconto não é mais concedido. O Probem opera com recursos do BNDES, por meio do Programa BNDES Automático, e da própria agência, mas ainda assim é uma linha com pouca expressividade no montante operado pela Agência de Fomento do Paraná.



No que toca o principal programa de fomento ao empreendedorismo da agência, o Banco Social, houve graves problemas na segunda metade dos anos 2000. Segundo alguns dos atores envolvidos, o programa de microcrédito foi estruturado e atingiu um nível considerável de operações e uma relativa capilaridade no estado. No entanto, em 2006, o governo encerrou as atividades do Banco Social. Os agentes de crédito nos municípios foram desmobilizados e as prefeituras encerraram suas parcerias com o programa. Em outubro de 2009, o mesmo governo reativou o Banco Social. Foi necessário reconstruir o programa, uma vez que todos os parceiros envolvidos haviam se desmobilizado e houve grande resistência devido às incertezas sobre a sua continuidade

## Redução de burocracia<sup>9</sup>

### *Sala do Empreendedor de São José dos Campos*

**D**entre as várias iniciativas da Prefeitura de São José dos Campos (SP) para fomentar o empreendedorismo, está a Sala do Empreendedor, criada em 1997 para facilitar o atendimento aos empreendedores, orientar a forma de obtenção da inscrição municipal e alvará de funcionamento, verificação de processos administrativos, obrigações, direitos e incentivos, além da integração com órgãos estaduais e federais envolvidos nos processos de registro, alteração e encerramento de empresas.

Com vontade política, a prefeitura juntou os atores envolvidos na abertura de uma empresa em um só ponto, incluindo Junta Comercial, Receita Federal e Corpo de Bombeiros. Uma empresa que não precise do alvará de funcionamento pode ser aberta no mesmo dia. Uma que necessite de alvará pode ser aberta em até 5 dias úteis.

Em 2005, a prefeitura criou o alvará instantâneo, que permite que o contador obtenha remotamente (online) o alvará na hora. O contador passa então a ter um prazo de até 10 dias para apresentar a documentação

comprobatória. Este programa chama-se hoje Empresa Fácil.

Recentemente, a prefeitura foi uma das primeiras a adotar o Sistema Integrado de Licenciamento de Atividades (SIL), proposto pelo governo estadual. Por enquanto, isso tomou um pouco mais moroso o processo de abertura, mas há o benefício da integração de todas as informações do empreendedor em um só registro<sup>10</sup>.

A Sala do Empreendedor, juntamente com o SIL, Empresa Fácil e o acesso facilitado para licitações públicas até R\$ 80 mil fazem parte do programa Cidade Empreendedora (institucionalizado pela Lei Complementar nº 411/2009) é *benchmark* nacional<sup>11</sup>.

### *Minas Fácil*

O Minas Fácil<sup>12</sup> é um serviço criado para agilizar a abertura, funcionamento e encerramento de empresas, além da emissão de certidões e autenticação de livros fiscais, reduzindo barreiras burocráticas na formalização de empresas no Estado de Minas Gerais. O programa, gerido pela Junta Comercial do Estado de Minas Gerais (JUCEMG), vinculada administrativamente à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, existe desde 2005 integrando vários órgãos e esferas de governo.

O projeto está presente em 31 municípios e tem como principais pontos positivos e indicadores:

- 1.** Redução e simplificação de procedimentos de oito para quatro.
- 2.** Redução do prazo de abertura de 28 dias, em 2007, para 9 dias em 2011, sendo que esse indicador é medido semanalmente, o que permite a comparação em nível internacional, conforme a publicação Doing Business.
- 3.** 50% das novas empresas constituídas em MG estão se beneficiando do processo simplificado.
- 4.** Ampliação do número de empresas abertas.

Além desses indicadores, o programa possui outros relacionados ao nível de satisfação dos



## Estrutura organizacional do Minas Fácil

### minas ▶▶ fácil

#### ▶ Governo Federal

- ▶ Receita do Brasil

#### ▶ Governo Estadual

- ▶ Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico
- ▶ Secretaria de Estado da Fazenda
- ▶ Corpo de Bombeiros

#### ▶ Prefeitura Municipal

- ▶ Secretaria Municipal da Finanças
- ▶ Gerência Municipal de Vigilância Sanitária
- ▶ Secretaria Municipal Adjunta de Regulação Urbana
- ▶ Secretaria Municipal Adjunta Meio Ambiente

#### ▶ Entidades

- ▶ SEBRAE
- ▶ BMF

#### ▶ Tecnologia

- ▶ PRODEMG
- ▶ PRODABEL

FONTE: JUNTA COMERCIAL DE MINAS GERAIS

clientes, por meio de pesquisas anuais, como: grau de dificuldade no atendimento, nível de atendimento da solicitação, avaliação da simplicidade do procedimento, tempo de emissão de certidões e nível de formalização de empresas.

O conceito geral do Minas Fácil é de *one stop shop*, com a participação física de todos os órgãos de governo envolvidos na abertura de uma empresa e um sistema via internet que possibilita a execução de um processo garantindo a constituição plena de empresas. Assim, se busca incluir todos os serviços necessários à abertura de empresas em um só local. A grande inovação diz respeito à substituição de procedimentos que eram presenciais e pagos por processos online e gratuitos. O fluxo atual do Minas Fácil se organiza da seguinte forma:

1. Consulta de viabilidade com resposta em dois dias (realizada via internet na Junta Comercial para obter informações sobre viabilidade locacional, nome empresarial etc.). Vantagens: elaboração de respostas-padrão simplificadas para o empreendedor com orientações sobre o licenciamento junto ao Corpo de Bombeiros e Meio Ambiente;
2. Coleta de informações na web (realizada pelo Cadastro Nacional Sincronizado via internet). Vantagens: pesquisa tributária integrada na Receita Federal, Estadual e Municipal valida as informações em 2 dias e comunica a Junta dos resultados;
3. Integrador regional realizado pela Junta

Comercial via internet gerando o pré-contrato e *check list* que responde sobre a viabilidade e informa aos empresários os documentos que devem trazer à Junta Comercial. Vantagens: Integração das informações de Viabilidade e Cadastro Sincronizado Nacional, e Geração do documentos (Pré-Contrato); e

4. Entrega única de documentos que efetiva o registro da empresa, após aprovação da consulta de viabilidade (realizado pela Junta Comercial de forma presencial). Vantagens: Integração de várias informações: CNPJ, inscrição estadual, inscrição municipal/alvará de funcionamento, auto de vistoria, licença ambiental e alvará ambiental.

A Junta Comercial opera como integrador de pessoas, processos, sistemas e parcerias. Outra característica do programa é o deferimento compartilhado: se um órgão negar um processo, ele não segue adiante depois da terceira etapa, para não prejudicar o empreendedor.

De forma geral, o Minas Fácil trabalha com o conceito de inovação aberta, pois os clientes são parte da implementação da política. O que é melhor para o governo e os usuários é debatido

9 Experiências relacionadas à questão 15, pág. 40.

10 [www.icadonline.com.br/index.cfm?pid=4158](http://www.icadonline.com.br/index.cfm?pid=4158).

11 O Sebrae tem uma cartilha com o passo a passo para implementar a experiência em outras cidades ([http://www.sebraesp.com.br/Institucional/PolíticasPublicas/Documents/abc\\_sala\\_empreendedor.pdf](http://www.sebraesp.com.br/Institucional/PolíticasPublicas/Documents/abc_sala_empreendedor.pdf)).

12 [www.minasfacil.mg.gov.br](http://www.minasfacil.mg.gov.br).

regularmente em encontros promovidos com empresários e entidades como o Conselho Regional de Contabilidade (CRC) e incorporado às rotinas operacionais. Um dos objetivos estratégicos é atacar as causas da informalidade de empresas com a simplificação de procedimentos. Assim, uma campanha vem sendo desenvolvida para demonstrar as vantagens da formalização das empresas. Atualmente, o programa Minas Fácil busca se adequar para também facilitar o processo de fechamento de empresas.

### Incentivos<sup>13</sup>

#### *Fomento às compras públicas de PME em Minas Gerais*

Desde 2008, após a aprovação da Lei Geral das Microempresas (ME), o governo mineiro prioriza as compras públicas de MPE. Em 2008, foram lançadas duas cartilhas: “Os benefícios para as Micro e Pequenas Empresas nas compras do Governo de Minas Gerais” e “Como vender ao governo de Minas Gerais: para micro e pequenas empresas”. As cartilhas são distribuídas aos empreendedores por meio de entidades como Sebrae, Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte e unidades do Minas Fácil<sup>14</sup>. A essas publicações somam-se informações via internet e uma linha de comunicação gratuita por telefone, o LigMinas<sup>15</sup>.

Além disso, instituições como Sebrae-MG desenvolvem ações específicas para capacitar empresários a vender para o poder público. Pelo site do Sebrae<sup>16</sup>, o empresário consegue gratuitamente fazer o curso “Como Vender para o Governo de Minas Gerais” na modalidade de ensino à distância. Esta é uma parceria do governo do estado com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte. Aqueles que obtêm mais de 60% na avaliação final recebem certificado do Sebrae-MG.

O tratamento diferenciado e simplificado dispensado às PME já havia sido regulamentado por Decreto Estadual em 2007. Dentre os

mecanismos para facilitar essa relação com o governo, destacam-se a comprovação da condição de PME ao apresentar, no credenciamento no Portal de Compras do Governo, certidão ou cópia autenticada da “Declaração de Arquivamento” (ou certidão simplificada, caso a MPE seja registrada na Junta Comercial, ou certidão de breve relato, se for registrada no Cartório Civil de Pessoas Jurídicas). Para a verificação do porte das empresas na Junta Comercial, a base de dados desse órgão foi integrada com o Portal de Compras do Governo. Dessa forma, o sistema de compras estadual recupera a informação relativa ao porte da empresa arquivada na Junta.

Além disso, se criou uma simplificação do processo de cadastramento e credenciamento de fornecedores, eliminando a exigência de apresentação do Contrato Social das empresas junto à Seplag por meio de acesso eletrônico ao banco de dados da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais. Antes, o empreendedor necessitava ir pessoalmente à Junta solicitar esse documento. Essa ação beneficia aproximadamente 1,5 mil empresas que se cadastram por ano para participar de processos licitatórios do estado, através do Cadastro Geral de Fornecedoros Mineiros (Cagef), que integra vários sistemas de informação governamentais geradores de facilidades como:

- ▶ Atualização automática de dados cadastrais, visando unificar credenciamento e cadastramento de empresas;
- ▶ Atualização automática de certidões fiscais;
- ▶ Identificação automática do porte da empresa;
- ▶ Notificação de avisos de compras por meio de e-mail e mensagens de SMS.

O processo de cadastro foi facilitado ainda com sua regionalização no estado (uma unidade de atendimento em Belo Horizonte e 15 no interior). Some-se a isso, a eliminação de outras exigências por meio de integração eletrônica: dados cadastrais junto à Secretaria da Fazenda Estadual e documentos de regularidade fiscal junto ao INSS e FGTS, o que também contribui para a redução de prazos e de custos de tais processos burocráticos.

Para ampliar a preferência à MPE nas

compras governamentais, três mecanismos foram regulamentados: a) nos processos exclusivos de Cotações Eletrônicas de Compras (Cotep), cujo valor não ultrapassa R\$ 80.000,00, para uma MPE participar precisa ter pelo menos um representante credenciado no Portal de Compras; b) diferentemente da Lei Geral, que estipula o percentual máximo de subcontratação em 30% do total licitado, se autorizado pelo edital, esse percentual pode ser superado para as MPEs; c) nos procedimentos licitatórios cujo objeto seja divisível, o governo poderá reservar cota de até 25% do objeto para disputa exclusiva de MPEs, o que não impede que participem também da disputa pelo fornecimento do percentual restante do objeto; d) com as novas regras do Simples Nacional, o governo revisou os procedimentos para a aquisição de mercadorias, bem ou serviço com a isenção do ICMS. A partir de dezembro de 2010, novo decreto estadual determinou que as MPE deverão ter participação exclusiva em compras até o valor de R\$ 80.000,00.

No tratamento diferenciado às PME mineiras nas licitações se exige que apresentem suas propostas comerciais apenas com os preços de mercado dos produtos (incluindo o valor do ICMS), ao invés de serem cumulativas, como é o caso nas empresas não optantes do Simples Nacional. Outros benefícios das PME nas compras governamentais: a) preferência como critério de

desempate; b) podem participar de processos licitatórios mesmo com pendências fiscais, mas a MPE vencedora terá que regularizar sua situação.

Até meados de 2011, possivelmente como resultado das iniciativas de simplificação da relação do governo, 38% dos fornecedores foram MPE (21% microempresas e 17% pequenas empresas). Em relação ao desempenho, no ano de 2010, o percentual de MPE que venceram licitações e assinaram contratos com o governo é: a) Cotações Eletrônicas de Preços (74% de participantes e 68% de contratações, sendo que 90% das MPE que participaram de Cotep venceram algum lote); b) Pregões Eletrônicos (66% de participantes e 59% de contratações).

Também para facilitar a inserção das MPE como fornecedoras, foram publicados “Cadernos de Compras Governamentais – Oportunidades de Negócios” para as 10 regiões político-administrativas do estado. Os cadernos informam o percentual de compras por modalidade (pregão eletrônico e outros), os valores contratados por modalidade, órgãos públicos na região que mais compram, materiais e quantidades adquiridos pelo procedimento de Cotep e Pregão Eletrônico.

**13** Experiência relacionada à questão 15, pág. 80.

**14** Ver pág. 24.

**15** Telefone 155.

**16** [www.sebraemg.com.br](http://www.sebraemg.com.br).

## Participação de MPE nas compras governamentais

Ano	% participação de MPE*	% contratos assinados com MPE*	% valor contratado*
2007	—	—	—
2008	44	—	—
2009	68	62	22
2010	71	64	31

Com base nessas informações, combinadas com a origem dos fornecedores, 91% do valor total contratado pelas MPE foi de empresas mineiras. Embora essa informação deva ser relativizada, pois se trata prioritariamente de compras até o valor máximo de R\$ 80.000,00, pode ser um indicador de eficácia das políticas do governo do estado em favorecer o ambiente competitivo para MPE. O governo incentiva a ampliação de mecanismos eletrônicos de compras não apenas pela sua agilidade e transparência, mas, sobretudo, pela simplificação de acesso às MPE (no caso mineiro, 92% dos itens são adquiridos eletronicamente). Agregue-se que o volume de compras das MPE pelo governo aumentou de R\$ 393 milhões para R\$ 414 milhões de 2009 para 2010 (5% de incremento).

Mesmo com essa modelagem preferencial de compras governamentais, o gestor do projeto das aquisições, entende que há três desafios para melhorar sua execução:

1. Simplificação dos processos de cadastro e credenciamento de fornecedores: unificar ambos os processos para eliminar exigências.
2. Implantação de acesso exclusivo de MPE às

compras até R\$ 80 mil: garantir a participação de MPE aos contratos de pequeno porte do governo.

3. Definição de porte de empresa via Receita Federal: eliminar exigência de comprovação de porte para todas as empresas constituídas no Brasil, visando a uma maior confiabilidade da informação fornecida.

## Articulação entre instituições de ensino, iniciativa privada e poder público<sup>17</sup>

### *Incubadoras de São José dos Campos*

A prefeitura de São José dos Campos apoia quatro incubadoras com o objetivo de fomentar o empreendedorismo:

- **Incubadora Tecnológica Univap:** Em atividade desde março de 1997, foi criada por meio de parceria entre a prefeitura e a Universidade do Vale do Paraíba (Univap). O Sebrae e o sistema Ciesp/Fiesp, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, também

## Parque Tecnológico

O Parque Tecnológico de São José dos Campos faz parte do Sistema Paulista de Parques Tecnológicos criado por decreto do governo do estado de São Paulo em 2006. O objetivo é aglutinar empresas (pequenas e grandes), centros de desenvolvimento tecnológico e ICTs, instituições de ensino e pesquisa e demais parceiros, como o Cecompi. Até o momento, o parque já contempla uma unidade da Fatec, da Unifesp, várias empresas alojadas no Centro Empresarial I, além de vários órgãos públicos vinculados ao ITA, IPT, USP, entre outros.

A administração central é exercida pela O.S. Associação Parque Tecnológico de São José dos Campos. À Associação, cabe administrar o condomínio com as funções de induzir, articular, regular e fiscalizar as atividades implantadas, como centros de desenvolvimento de tecnologias; condomínios empresariais; infraestrutura de laboratórios multiuso; instituições de Ciência e Tecnologia, Ensino e Pesquisa; serviços de apoio à inovação e à transferência de tecnologia; e incubadora de empresas. O contrato de gestão dos primeiros cinco anos foi de R\$ 19 milhões e o indicador apresentado no relatório de gestão é o crescimento do número de organizações presentes no parque.

apoiam a incubadora e as empresas incubadas.

- ▶ **Incubadora Tecnológica Revap:** Instalada em março de 2002, na Refinaria Henrique Lage (Revap), da Petrobras, é direcionada ao segmento de petróleo e gás. É uma parceria entre a prefeitura e a empresa, com apoio do Ciesp e do Sebrae.
- ▶ **Incubadora de Negócios:** Instituída em 2005, a Incubadora de Negócios de São José dos Campos destaca-se pelo diferencial da pré-incubação. Abriga projetos e ideias que antecedem a formação da empresa e têm viabilidade técnica e potencial de mercado. É gerenciada pelo Centro para Competitividade e Inovação do Cone Leste Paulista (Cecompi). É financiada com dinheiro da prefeitura e por meio do pagamento de royalties das empresas graduadas.
- ▶ **Incubaero:** Especializada na incubação de empresas do setor aeroespacial, está sediada em área do Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA), órgão do governo federal ligado ao Ministério da Defesa. Tem como parceiros prefeitura, Ciesp, Sebrae, Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA) e Fundação Casemiro Montenegro Filho. Está dentro do APL Aeroespacial (Cluster Aeroespacial), também sob coordenação do Cecompi<sup>18</sup>. Todas as incubadoras se utilizam do modelo tradicional de incubação, compartilhando serviços para auxiliar na gestão e infraestrutura operacional. Após o período de incubação as empresas graduadas podem passar a fazer parte do Centro Empresarial, que está dentro do Parque Tecnológico. O Centro Empresarial abre espaço para 28 empresas selecionadas por meio de chamada pública. A construção deste primeiro Centro Empresarial e de um segundo Centro Empresarial, em obras, conta com o apoio do governo estadual, Finep e BNDES.

<sup>17</sup> Experiência relacionada à questão 21, pág. 42.

<sup>18</sup> Informações: [www.sjc.sp.gov.br/secretarias/desenvolvimento\\_economico/incubadoras.aspx](http://www.sjc.sp.gov.br/secretarias/desenvolvimento_economico/incubadoras.aspx).

<sup>19</sup> Experiências relacionadas à questão 20, pág. 41.

## Inserção de educação empreendedora no ensino<sup>19</sup>

### *Educação Empreendedora em São José dos Campos*

A té meados da década de 1950, São José dos Campos, no Vale do Paraíba (São Paulo) caracterizava-se por uma economia voltada para a agricultura e pelo tratamento de tuberculosos carentes, que não tinham recursos para ir a Campos do Jordão. O destino do município começou a mudar a partir de 1951 com a inauguração da Rodovia Presidente Dutra e a instalação do Instituto Tecnológico Aeronáutico (ITA) e do Centro Técnico Aeroespacial (CTA), ambos ligados à aeronáutica.

Esses marcos impulsionaram a industrialização da cidade levando à criação da Embraer e à atração de diversas empresas multinacionais como GM, Johnson & Johnson, Kodak, entre outras, além da criação do Instituto Nacional de Pesquisa Espaciais (Inpe), em 1961, e Refinaria Henrique Lage (Revap) da Petrobras, em 1974. A cidade, porém, aprendeu que grandes empresas também significavam grande dependência econômica. Em 1990, uma crise na então estatal Embraer provocou a demissão de 3.994 funcionários (30% do efetivo), trazendo grande impacto à economia local. Após a privatização, em 1995, mais 1.700 funcionários foram demitidos.

Em 1997, Emanuel Fernandes assumiu a prefeitura da cidade. Formado no ITA e com carreira profissional no Inpe, Emanuel acreditava que São José não podia depender do vai e vem das grandes empresas e buscou desenvolver a atividade empreendedora. Neste sentido, destacam-se três grandes ações: introdução de empreendedorismo no ensino fundamental; criação da Sala do Empreendedor para agilizar a abertura de novas empresas; e apoio (financeiro e operacional) a incubadoras.

O desenvolvimento da cultura empreendedora em São José dos Campos através da introdução de empreendedorismo no ensino fundamental teve início em 1999, quando a disciplina de empreendedorismo foi implementada nas sétimas

e oitavas séries (hoje oitavos e nonos anos) do ensino fundamental. No começo, não havia metodologia nem *benchmark* internacional. Aos poucos, os gestores do programa notaram a necessidade de estruturar melhor a formação dos professores e criaram um treinamento de Pedagogia Empreendedora.

Mais adiante, em 2004, foi implementado o Centro de Educação Empreendedora (Cedemp) com a missão de sistematizar, coordenar e implementar todas as atividades empreendedoras das escolas. O Cedemp passou a ser o ponto focal de toda a atividade de educação empreendedora no município.

Hoje, são 36 mil alunos envolvidos anualmente nos programas do Cedemp desde o primeiro ano do ensino fundamental. Para os períodos que envolvem do primeiro ao sétimo ano do ensino fundamental, a instituição forma os gestores escolares (assistente de direção) que, por sua vez, treinam os professores nas mais diversas áreas para aplicarem a chamada "pedagogia do sonho". A ideia é que a criança deve aprender a sonhar, mas também como realizar o sonho.

Os jovens do oitavo e nono anos devem cursar obrigatoriamente a disciplina Profissional do Futuro (empreendedorismo), na qual deve ser desenvolvido um plano de negócio em grupos de 10 alunos. São 25 professores treinados pelo Cedemp para ministrar a disciplina. O ponto alto é a Feira do Jovem Empreendedor Joseense, onde os grupos apresentam os seus trabalhos. A última feira custou mais de R\$ 1,7 milhão e contou com 120 mil visitantes.

Cerca de 30 trabalhos são selecionados para uma nova iniciativa do Cedemp, o Laboratório do Jovem Empreendedor. Criado em 2009, funciona quase como uma pré-incubadora e conta com o apoio do Sebrae e do Cecompi no treinamento dos estudantes. Esse programa, porém, ainda não apresenta sucesso, já que das 30 empresas que começaram no ano passado apenas 5 concluíram o ciclo. A explicação é que os estudantes se formam no ensino fundamental e acabam se dispersando em diferentes escolas, além de muitos começam

também a trabalhar.

Além destes programas, o Cedemp recebe diariamente estudantes do ensino fundamental para atividades como palestras com empreendedores, casos profissionais etc. Infelizmente, as atividades do Cedemp não são mensuradas e, portanto, não há mecanismos para apontar o impacto de transformação nos envolvidos em seus programas.

Sem práticas de referências internacionais é impressionante o que a cidade realizou em termos de educação empreendedora em um verdadeiro processo de tentativa e erro com o apoio integral da prefeitura.

### **Construção da Vocação de Santa Rita do Sapucaí no Setor Tecnológico**

A construção das bases para o desenvolvimento do setor de tecnologia em Santa Rita do Sapucaí (MG) tem início no final da década de 1950, por influência de Luzia Rennó Moreira, conhecida como Sinhá Moreira. Vinda de uma família cafeeira abastada e casada com o diplomata Antônio Moreira de Abreu, Luzia teve a oportunidade de morar em vários países onde conheceu diversas experiências de escolas técnicas de eletrônica.

Ao retornar à sua cidade natal, após se divorciar, Luzia se dedicou a promover e incentivar a economia de Santa Rita do Sapucaí, por meio da diversificação de atividades, buscando superar a dependência regional da agropecuária e da economia cafeeira. Luzia conseguiu o apoio do então Presidente da República, Juscelino Kubitschek, para criar em 1959 a Escola Técnica de Eletrônica Francisco Moreira da Costa (ETE), que foi a primeira escola de eletrônica de nível médio da América Latina.

A criação da escola buscava responder à necessidade de se estruturar a base para um sistema de formação de mão de obra especializada na área de eletrônica no país, além de promover qualificação na cidade. Em 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações estabeleceu a criação do Sistema Nacional de Telecomunicações

e definiu como estratégia a criação de institutos formadores, que formariam a mão de obra necessária para a atividade.

A partir do acúmulo e do apoio da ETE, em 1965, foi fundado por José Nogueira Leite o Instituto Nacional de Telecomunicações de Santa Rita do Sapucaí (Inatel), buscando integrar uma rede nacional de formação em tecnologia, que acabou não sendo criada.

Na cidade, a ETE oferece cursos de segundo grau em tecnologia e o Inatel cursos superiores. Como a ETE, o Inatel é uma instituição privada, ambas configuradas como fundações de direito privado sem fins lucrativos. Se a ETE recebeu subvenção do governo federal, durante o governo de Juscelino Kubitschek, o Inatel foi criado por meio de articulações da sociedade, em que teve grande papel a Fundação Dona Mindoca Rennó Moreira, mantenedora da ETE. Os recursos iniciais vêm, portanto, da sociedade.

Em sequência, em 1971, foi fundado o Centro de Ensino Superior em Gestão, Tecnologia e Educação (conhecido como FAI), fruto de um esforço conjunto de um grupo de professores das escolas locais e da comunidade, voltado à promoção de cursos superiores de graduação e pós-graduação nas áreas de Gestão, Tecnologia e Educação.

Como reflexo do acúmulo de mão de obra especializada que se formava na cidade, surgiram na década de 1970, as primeiras indústrias de eletrônicos com destaque para a empresa Linear Equipamentos Eletrônicos, que até hoje mantém sua sede no município. Fundada em 1977 por ex-alunos das escolas da cidade, a empresa teve apoio de um grupo de professores de engenharia da ETE e do Inatel. Nesse período, a Linear e outras empresas de Santa Rita do Sapucaí utilizavam a estrutura do Inatel para desenvolver seus produtos. Essa atividade de apoio às nascentes empresas locais por professores do Instituto foi a origem das atividades de incubação, que se desdobraram na criação da Incubadora de Empresas e Projetos do Inatel, em 1985. A Incubadora se consolidou em 1992 e passou a influenciar a criação de

propostas similares, como projetos de apoio ao empreendedorismo da prefeitura e da FAI, este último atuando hoje com ênfase no setor de robótica.

Essa foi a primeira fase do processo de construção da vocação tecnológica da cidade, marcada pelo protagonismo das instituições de ensino e de algumas entidades da sociedade civil, como a Sociedade de Amigos de Santa Rita do Sapucaí e a Fundação Educandário Santarritense, mantenedora da FAI. A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec) caracteriza o Polo Tecnológico de Santa Rita do Sapucaí como de primeira geração, que são aqueles marcados por um início espontâneo e criados para apoiar a formação de empresas de base tecnológica com grande interação com universidades e instituições de ensino.

A segunda fase da criação do Polo Tecnológico se deu a partir do momento em que a prefeitura se tomou um ator mais relevante no processo. Já tendo Santa Rita um número considerável de empresas de tecnologia, o prefeito Paulo Frederico Toledo, ou Paulinho Dentista, durante sua gestão de 1986 a 1988, concretizou a vocação e estratégia de Santa Rita do Sapucaí por meio do *slogan* Vale da Eletrônica. Buscando criar uma identidade da cidade em torno do setor de TIC, foi criada uma identidade visual e formulada uma campanha colocada em prática por uma rede de atores locais. Para que a marca Vale da Eletrônica não fosse vinculada apenas à prefeitura ou a uma gestão específica, foi registrada por um jornal local, que adotou o *slogan* como título. Posteriormente, o Sindicato da Indústria de Aparelhos Elétricos Eletrônicos e Similares do Vale da Eletrônica (SINDVEL) assumiu a marca e faz sua gestão até hoje.

Com o desenvolvimento dessa atividade, surgiram na cidade a Associação Comercial e o SINDVEL, um sindicato patronal que contou com o apoio em sua criação da prefeitura e da Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG). Ao longo da década de 1980, várias empresas se



instalaram na cidade e foi organizada a 1ª Feira Industrial de Santa Rita do Sapucaí. Durante a década de 1990, a cidade consolidou sua marca em torno do setor de TIC e sucessivas gestões municipais adotaram como bandeira de campanha a alavancagem dessa estratégia de desenvolvimento para Santa Rita do Sapucaí.

Se a base do empreendedorismo começou em Santa Rita do Sapucaí pela atuação das escolas, o processo ganhou escala a partir da década de 1990, quando a rede pública passou a ministrar empreendedorismo nas escolas. Este processo prosseguiu a partir de 2002, quando Santa Rita do Sapucaí adere à Pedagogia Empreendedora, uma metodologia de ensino de empreendedorismo para a educação básica que atua desde a educação infantil até o ensino médio, seguindo os mesmos moldes de São José dos Campos.

## Cursos abertos de gestão de negócios<sup>20</sup>

### O Bom Negócio de Curitiba

**E**m Curitiba, micro e pequenas empresas contam com um programa municipal capaz de apoiar as suas atividades, denominado Bom Negócio. O Bom Negócio foi criado há seis anos, cumprindo uma promessa de campanha do prefeito Beto Richa de que auxiliaria por meio de uma política específica as empresas de pequeno porte, que representariam 99% do total de empresas da cidade. Basicamente, é um curso de capacitação itinerante que permite ao empresário acessar outros serviços oferecidos pela Agência Curitiba de Desenvolvimento S/A, que é atualmente o principal órgão municipal de estímulo ao desenvolvimento.

#### O fluxo do programa funciona da seguinte maneira:

- Identificação da região da cidade que receberá o curso: através de uma parceria com a Secretaria de Finanças, a agência identifica localidades que

possuem pelo menos 500 empresas formais e, assim, delimitam o território a ser atendido;

- Divulgação *in loco* do curso para os empresários: os agentes do programa visitam os estabelecimentos (salões de cabeleireiro e oficinas mecânicas, por exemplo) para divulgar o curso e os benefícios futuros;
- Realização de uma aula motivacional para que os futuros alunos entendam a necessidade de capacitação e conheçam seus possíveis benefícios e responsabilidades. Ao final da aula, os empresários interessados na realização do curso se inscrevem, sendo que há 50 vagas para cada turma. Caso haja demanda maior do que oferta, a agência inicia o processo para a criação de uma nova turma no futuro, naquela localidade;
- Realização do curso de 60 horas-aulas, com disciplinas relacionadas à gestão financeira, de recursos humanos, da qualidade etc. Atualmente, esses cursos são ministrados pela Sociedade Paranaense de Ensino e Informática (SPEI), instituição de ensino local, que mantém faculdade, colégio, instituto e centro de idiomas. A SPEI foi selecionada através de uma concorrência pública e o contrato tem duração de dois anos. Normalmente, a equipe da agência estabelece parceria com a Secretaria Municipal de Educação para a cessão de salas de aula nas escolas públicas municipais. Mas caso não haja essa disponibilidade, o curso pode ser realizado em outros espaços comunitários, como os salões paroquiais, por exemplo;
- Certificação ao final do curso, com a entrega do certificado em uma cerimônia anual, que conta com a participação do prefeito de Curitiba.

A partir da conclusão, os empresários têm direito ao agendamento para acompanhamento e consultoria com profissionais da SPEI e também da agência. E têm direito a um pacote básico de design, que pode incluir a criação de uma logomarca, folders promocionais e mesmo uma proposta de adesivação de veículos. Depois desse

<sup>20</sup> Experiência relacionada à questão 20, pág. 41.

<sup>21</sup> Experiência relacionada às questões 10, 11, 22 e 23, págs. 40 e 42.



trabalho de concepção, cabe ao empresário buscar o mercado privado para a concretização da ação, por conta própria.

Os concluintes também recebem o Cartão Bom Negócio, que facilita a concessão de crédito por parte dos bancos privados, uma vez que mostra aos gerentes das instituições bancárias que o interessado no crédito já participou do curso e, portanto, está capacitado para o bom gerenciamento do negócio, diminuindo o risco na concessão. Caso os concluintes ainda não estejam formalizados, há o programa Profissão Empresário, realizado em parceria com o Sebrae. A equipe de atendimento do programa atende nas unidades regionais da Agência, nas Ruas da Cidadania (sedes das Administrações Regionais) e na Prefeitura de Curitiba, buscando facilitar o processo de formalização. Uma vez iniciado, a documentação é encaminhada ao Sebrae-PR, que auxilia nos trâmites legais. O Profissão Empresário também pode funcionar como porta de entrada do Bom Negócio, uma vez que um empresário pode buscar a sua formalização por meio dele e ser informado sobre os benefícios de fazer parte das próximas turmas do programa de capacitação.

O Bom Negócio já capacitou mais de 10.000 empresários desde a sua criação. Entre janeiro e outubro de 2011, foram realizadas 59 turmas com uma média de 40 alunos em cada.

## Articulação em rede<sup>21</sup>

### *Certi de Florianópolis*

Com o objetivo de realizar um resgate histórico da formação do setor tecnológico na capital catarinense, foi publicado em 2010 o livro "Polo Tecnológico de Florianópolis: origem e desenvolvimento". A publicação destaca a importância do período a partir da década de 1980, mas aponta como marco original do processo de construção da vocação tecnológica da cidade a criação, pelo governo federal, em 1909, da Escola de Aprendizes Artífices, origem do atual Instituto Federal de Santa Catarina (IF-SC).

Na reconstrução histórica do pólo tecnológico de Florianópolis, entre o início do século XX e os anos 1960, é dado destaque à constituição de diversas instituições de ensino técnico voltadas à formação de mão de obra para o setor industrial, como o próprio IF-SC, mas também a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Escola de Engenharia Industrial (EEI), a Escola Técnica Federal de Santa Catarina (Etfesc) e a Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). Na década de 1970, é dado destaque à instalação de diversas empresas de base tecnológica na cidade, principalmente médias empresas ligadas à tecnologia da informação, mas também empresas como a Telesc e a Eletrosul, abrindo oportunidades de emprego para engenheiros e técnicos de diversas regiões do estado, gerando um processo de emigração.

Mas é a partir da década de 1980 que se inicia de fato a construção das estruturas necessárias para o desenvolvimento do setor tecnológico de Florianópolis. Em 1984, é criada a Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras (Certi), uma entidade privada idealizada por um professor da UFSC com o objetivo de transformar o conhecimento da universidade em produtos tecnológicos e consultorias para o mercado. Em 1985, ocorre a criação do Complexo Industrial de Informática e, em 1986, a criação da Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (Acate) e da primeira incubadora empresarial tecnológica (atualmente denominada Celta). Nesse momento, surge pela primeira vez, no âmbito da política municipal, a proposta de se investir na estratégia de desenvolvimento da cidade com base nas indústrias de TIC. Em 1988, é aprovada a primeira lei municipal de incentivo à indústria de informática de Florianópolis.

A partir da década 1990, já é possível dizer que estava formulada a estratégia de desenvolvimento de Florianópolis baseada na indústria de TIC. O desafio que se colocava, então, era a construção de uma imagem da cidade como promissora para esse setor. Durante essa década, o poder público municipal esteve envolvido na criação de alguns parques tecnológicos, destacando-se que,

em 1991, é incorporado ao Plano Diretor de Florianópolis o conceito de áreas para parques tecnológicos. Com o apoio dos governos estadual e municipal, são criadas incubadoras de empresas tecnológicas no município. Já nos anos 2000, com a forte emergência da agenda ambiental, o setor de tecnologia em Florianópolis ganha em seu discurso o conceito de desenvolvimento sustentável, por sua característica como indústria limpa. Essa fusão entre tecnologia e proteção ambiental se materializa no conceito do Sapiens Parque, o novo parque tecnológico de Florianópolis, localizado no norte da Ilha. O Projeto começou a ser formulado pela Fundação Certi em 2000, mas começou a ser implantado em 2006, com a entrada do governo do estado como parceiro. Em uma área 4,5 milhões de m<sup>2</sup>, o parque está sendo estruturado em uma grande área de proteção ambiental de 2 milhões de m<sup>2</sup>, para concentrar empresas em quatro eixos principais: tecnologia, turismo, serviços e sustentabilidade. Por meio da releitura histórica realizada pela publicação, é possível um olhar sobre o papel das políticas públicas na criação do Polo Tecnológico de Florianópolis.

Inicialmente destaca-se o papel do governo federal na criação das instituições técnicas de ensino e na instalação de empresas públicas de energia e telecomunicações. Ao longo dos anos 1970 e 1980, algumas ações do governo estadual são citadas e, no plano federal, é dado destaque à criação do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT) e do primeiros programa de financiamento à pesquisa e inovação. Assim, torna-se pouco visível na análise do documento a participação do poder público municipal ao longo de todo esse processo, havendo destaque para a participação da Fundação Certi. Na maioria das vezes o poder público é envolvido como órgão financiador direta ou indiretamente, através de incentivos fiscais e implementador de políticas formuladas por agentes privados. Apenas na década de 1990 são feitas as primeiras citações a ações da prefeitura, com o apoio à criação de incubadoras e parques tecnológicos.

## Mapa de campo multinível

### *Participação de várias instituições de Florianópolis*

No discurso sobre desenvolvimento e inovação, é frequente a enumeração de três atores centrais: governo, iniciativa privada e universidade. O chamado tripé é constantemente evocado e a falta de integração entre tais atores é colocada como uma justificativa para processos não exitosos. Assim, a criação de uma boa configuração interativa entre eles seria uma primeira condição.

Em Florianópolis, o tripé está presente, mas em níveis desiguais de desenvolvimento. Um olhar para a campanha Florianópolis Capital da Inovação permite entender o campo de atores e os espaços de articulação e conversa relacionados ao processo de fomento econômico no município. Estão envolvidas, hoje, 13 entidades, sendo elas a prefeitura, duas incubadoras tecnológicas (Midi e Celta), três redes e associações de empresas, um escritório de negócios (Escritórios de Negócios Internacionais - ENI), um parque tecnológico, um laboratório tecnológico, a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (Fiesc), a Fundação de Amparo à Pesquisa de Santa Catarina (Fapesc) e a Fundação Certi. Essa articulação delimita e concretiza o campo de instituições envolvidas no fomento econômico do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) de Florianópolis, a estratégia hegemônica nos discursos sobre o desenvolvimento da cidade.

A cidade possui hoje quatro importantes incubadoras de empresas de base tecnológica, duas delas referências nacionais em metodologia de incubação: o Midi tecnológico, financiado pelo Sebrae-SC e gerido pela Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (Acate), e o Celta, mantido e gerido pela Fundação Certi em um prédio cedido pelo governo do estado. Florianópolis possui também uma forte concentração de parques tecnológicos, com destaque especial para: o ParqTec Alfa, localizado próximo ao centro e com estrutura já consolidada;

o Sapiens Parque, em implantação em uma área afastada do centro da Ilha; e os condomínios de empresas instalados ao longo da SC 401, a chamada via da inovação. Na estruturação desses parques tecnológicos, a Acate e a Fundação Certi foram atores principais na formulação dos modelos e estruturação do projeto, ainda que em todos os casos o governo do estado tenha aportado recursos, principalmente na cessão de terrenos e concessão de incentivos fiscais.

A Acate é a mais antiga e importante associação privada do gênero em Santa Catarina e possui 250 empresas de base tecnológica associadas. Ela faz a gestão de uma incubadora tecnológica, de um parque tecnológico e de um condomínio de empresas de base tecnológica.

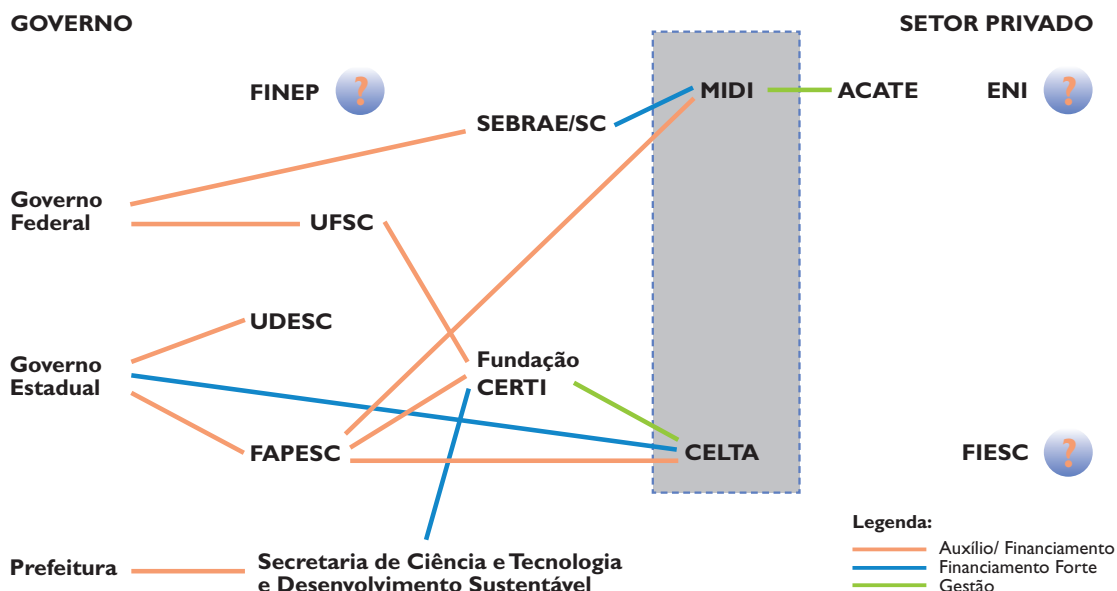
Por fim, a Fundação Certi exerce um papel histórico nas ações de fomento ao setor de TIC, não apenas por meio de suas atividades que podemos chamar de empresariais, como o

desenvolvimento de produtos e sua atuação no mercado, mas também ao seu papel de agente articulador de diálogo com o poder público e na formulação e implementação de políticas.

A Fundação Certi e, mais especificamente, seu fundador, Carlos Roberto Schneider, foi a formuladora do projeto Sapiens Parque, da Incubadora Celta, do Sinapse da Inovação, entre outros, além de ser parceira de quase todas as ações promovidas pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Sustentável de Florianópolis, órgão responsável pelo fomento econômico na Prefeitura Municipal de Florianópolis.

A Certi está localizada dentro do campus da UFSC e hoje possui cerca de 350 funcionários. Tem como público-alvo empresas privadas, instituições, órgãos de governo e terceiro setor e, em 2009, faturou R\$ 24 milhões na venda de produtos e serviços.

## Campo Multinível Florianópolis: Capital da Inovação Incubadoras Tecnológicas



## 5. Instrumentos de apoio para análise do ambiente de negócios local

Como foi visto nas experiências descritas no capítulo 4, fomentar atividades empreendedoras não é uma tarefa fácil, pois passa prioritariamente pela compreensão do ambiente de negócios, da relação entre as organizações que permeiam essa atividade, sejam elas as empresas, empreendedores ou organizações que regulam e fomentam os negócios.

Pensar em Políticas Públicas para atuar nesse ambiente complexo é desafiador. Muitas vezes, saber o que precisa ser feito não é um grande problema, até intuitivamente pode-se identificar e imaginar ações que poderiam dar resultados. O que encontra-se, analisando algumas experiências colocadas em prática por estados e municípios brasileiros, é que há uma espécie de conhecimento tácito. Sabe-se o que pode ser feito, mas não há ideia da maneira pela qual as políticas irão impactar e muito menos de como avaliar e mensurar esses impactos. Em outros termos, os governos correm o risco de ser eficientes na implantação de políticas, mas pouco ou nada efetivos para verificar os resultados. Ou, às vezes, os gestores se pautam por procedimentos que tendem a reduzir, simplificar ou ver apenas parte da complexidade que envolve as políticas de fomento ao empreendedorismo. Por exemplo, de maneira geral, acredita-se que apenas facilitar o processo de abertura de empresas pode ser suficiente. O gestor se esquece, porém, que, eventualmente, será necessário fechá-la, além de ser importante

que ela funcione, gere negócios e produza valor.

Nesse sentido, apresentamos duas ferramentas que podem auxiliar o gestor a observar o empreendedorismo de maneira mais abrangente, por meio de uma compreensão sobre o que está acontecendo, quais são os principais movimentos, barreiras e lacunas.

A primeira ferramenta é uma Orientação para a Autoavaliação e a segunda é uma Enquete de Autodiagnóstico.

### Orientação para a autoavaliação

Este esquema para orientar a autoavaliação pretende mostrar a complexidade desse ambiente e ajudar o gestor a lidar com ela. A proposta é compreender o ambiente de negócios, sabendo que ele pode ter ações contraditórias por parte dos governos. De um lado, há ações que procuram estimular e facilitar os negócios, como políticas de crédito; de outro, há aquelas que dificultam e desestimulam os negócios, como, por exemplo, procedimentos administrativos excessivos.

O Esquema para Orientar a Autoavaliação do contexto estadual e/ou municipal pró-negócios é composto de três eixos. Em cada um há várias questões que podem ser feitas e diversos fatores que podem ser listados. Isso quer dizer que ele pode ser flexibilizado pelo gestor para melhor se adequar ao seu contexto.

O primeiro eixo representa o ciclo normal dos negócios: abrir, operar, interagir e fechar. A

importância de monitorar o processo de abertura de negócios já é conhecida, mas não é um simples ato burocrático. A qualidade e a cordialidade do atendimento, as informações prestadas sobre as obrigações fiscais e o apoio oferecido podem ter mais impacto na impressão criada do que uma semana a mais ou a menos no processo total. Mesmo que “fechar uma empresa” esteja no final do ciclo, para muitos empresários representa um aspecto tão importante quanto abrir.

De maneira similar, operar um negócio é cada vez mais uma questão de interagir com outros negócios, seja criando cadeias de valor, arranjos produtivos locais ou outras formas de parceria e aliança. Nesse sentido, a presença de uma vigorosa comunidade empresarial local ou regional pode ser um fator chave na decisão de investir. Em relação à operação, a qualidade dos serviços de apoio, de transporte, de consultoria e de pesquisa aplicada universitária pode também ser decisiva.

O segundo eixo do esquema cruza o primeiro eixo de maneira transversal. Nenhuma empresa, empreendimento ou atividade econômica é estacionária. Ela está numa situação dinâmica, no centro de um fluxo de forças multidirecionais; algumas empurram para frente e outras puxam para trás. Qualquer pequena alteração nessas forças pode gerar uma mudança significativa com muita rapidez. Identificar as forças que dificultam ou desestimulam os negócios pode ser mais importante do que criar novas ideias para estimular os negócios. Ambos são importantes, mas se não avaliamos e buscamos agir para reduzir o peso das barreiras, das regulações desnecessárias, das ameaças e das incertezas, os investimentos feitos nos estímulos podem ser de pouco efeito prático.

O terceiro eixo refere-se à importância de reconhecer que a situação presente no cruzamento dos dois primeiros eixos será provavelmente diferente quando se trata dos empreendimentos de estilo de vida ou empreendedores cujas metas são a estabilidade econômica de seus micro e pequenos

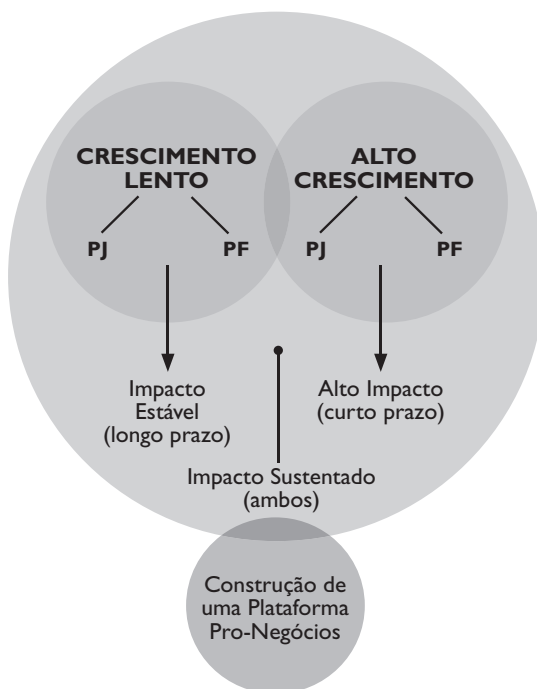
negócios no longo prazo e, em contraste, os empreendimentos e empreendedores que buscam um alto impacto no curto prazo.

Em cada grupo, seja os de crescimento lento ou os de crescimento rápido, os pesos dos diferentes fatores presentes nos primeiro e segundo eixos poderiam ser bastante diferentes. Ambos são necessários e constituem um ambiente econômico e social com impacto sustentável.

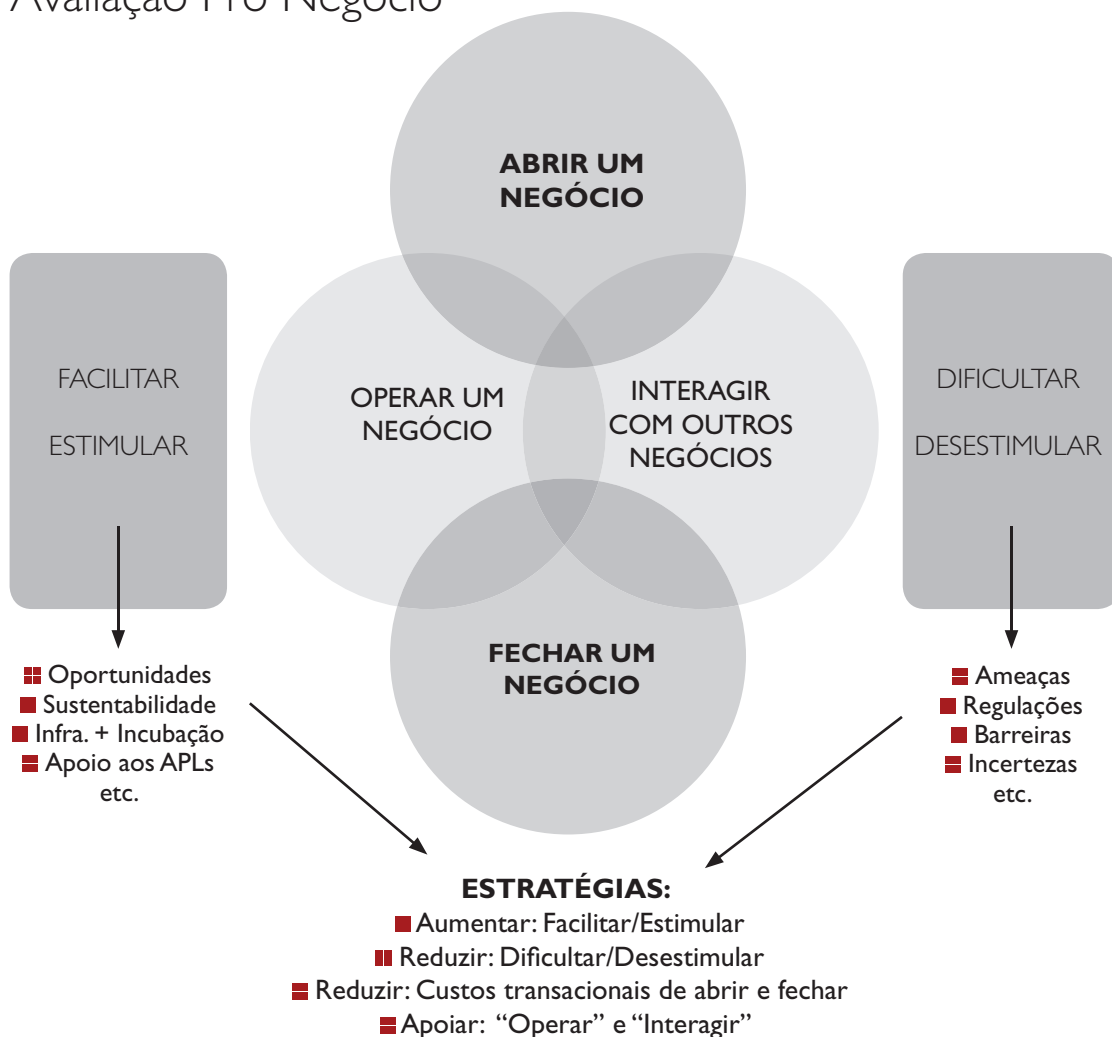
## Autodiagnóstico do ambiente de negócios promovido pelas políticas públicas governamentais

**A** enquete de Autodiagnóstico do Ambiente de Negócios promovido pelas políticas governamentais busca dar ao gestor público uma ferramenta para compreender e

**A leitura do modelo precisa ser feita levando em consideração dois grandes grupos diferentes de negócios: crescimento lento (empreendedor “estilo de vida”, PME) e crescimento rápido (gazela, alto impacto).**



## Avaliação Pró Negócio



atuar sobre o seu ambiente de negócios com o objetivo de fomentar o empreendedorismo.

A enquete pretende auxiliar o gestor a mapear e compreender as ações e experiências que vêm tomando corpo em seu campo de ação, sejam elas desenvolvidas pelo próprio governo, sejam por parceiros atuais ou potenciais. Ao mesmo tempo em que permite ao gestor entender o que está acontecendo, possibilita que comece a vislumbrar o que mais poderia ser feito ou qual lacuna poderia ser preenchida. Isso se dá

não apenas por trazer o conhecimento dessas ações e experiências, estruturando e organizando o seu conhecimento, mas porque faz paralelos com algumas experiências espalhadas pelo Brasil, trazendo-as para o diálogo, mostrando o que podemos aprender com elas.

O questionário é composto por três blocos. Ao final de cada bloco, estão algumas considerações sobre a importância desses elementos e sua relação com as experiências de políticas públicas relatadas no capítulo 4.

## BLOCO I

### COMPREENDENDO O AMBIENTE: IDENTIFICAÇÃO E ESTRATÉGIA GERAL DE GOVERNO

**1.** Existe alguma política pública para promover e estimular o ambiente de negócios junto aos empreendedores?

- a.** Sim, existe pelo menos uma política estruturada e contínua que possui programas/projetos, recursos financeiros, suporte administrativo e técnico qualificado
- b.** Sim, existem ações e iniciativas isoladas promovidas pelo governo
- c.** Não há qualquer ação sobre este tema

**2.** Apresente os programas e ações do governo voltados ao fomento do empreendedorismo que, na sua opinião, são os mais relevantes (do mais importante para a menos importante).

	1	2	3	4	5
Programa/política					
Objetivo central					
Público alvo					
Responsável					

**3.** Dentre as diversas políticas de seu governo, qual a importância estratégica das políticas de fomento ao empreendedorismo?

- a.** Muito importante
- b.** Importante
- c.** Pouco importante
- d.** Nada importante

**4.** Se você fosse avaliar as características das políticas e ações de empreendedorismo e fomento ao ambiente de negócios promovido pelo governo, diria que:

- a.** Seu foco prioritário é empreendedorismo, como política de desenvolvimento econômico
- b.** Seu foco prioritário é a geração de emprego e renda, como política social
- c.** Seu foco prioritário é tanto no empreendedorismo

como na geração de emprego e renda

**5.** As políticas e/ou ações existentes de incentivo ao desenvolvimento do empreendedorismo e ao ambiente de negócios possuem: *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Planejamento estratégico com metas e objetivos a serem atingidos
- Modelo de gestão e de monitoramento definidos
- Sistema de indicadores para controle e avaliação de resultado e realimentar as iniciativas visando melhorá-las

**6.** De forma geral, qual é a competência política dos setores e profissionais do governo que tratam das políticas de fomento ao empreendedorismo para o manejo de suas ações?

- a.** Muito boa
- b.** Boa
- c.** Regular
- d.** Ruim
- e.** Péssima

**7.** De forma geral, qual é a competência profissional e técnica dos setores e profissionais do governo que tratam das políticas de fomento ao empreendedorismo para o manejo de suas ações?

- a.** Muito boa
- b.** Boa
- c.** Regular
- d.** Ruim
- e.** Péssima

**8.** O governo possui políticas de capacitação dos gestores públicos em temas relacionados ao fomento do empreendedorismo?

- a.** Sim
- b.** Não

**9.** No interior do governo, quais os órgãos e instituições que têm envolvimento direto com políticas e ações de fomento ao empreendedorismo, estímulos ao ambiente

de negócios e/ou inovação tecnológica (ainda que os nomes dos órgãos não sejam exatos, escolha por semelhança de nomenclatura com a função)? (Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)

- Secretaria de Indústria e Comércio/Desenvolvimento Econômico
- Banco de Desenvolvimento
- Agência de Fomento
- Secretaria de Tecnologia e/ou Inovação
- Fundação de Apoio/Amparo à Pesquisa
- Secretaria da Fazenda/Finanças
- Secretaria de Planejamento
- Secretaria de Educação
- Junta Comercial
- Secretaria do Trabalho/Geração de Emprego e Renda/Assistência Social
- Outro: \_\_\_\_\_

**10.** Quais os principais instrumentos de integração intersetorial desses órgãos e políticas de estímulo ao empreendedorismo no interior do governo? (Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)

- Não há integração
- Elaboração do planejamento estratégico
- Comitês, fóruns ou reuniões intersetoriais em que participam os órgãos
- Seminários, reuniões ou encontros de monitoramento e avaliação das políticas
- Apenas em casos em que existem demandas ou problemas pontuais
- Apenas quando o prefeito ou governador demanda
- Outro: \_\_\_\_\_

**11.** Quais são as entidades e instituições da sociedade que costumam ser consultadas ou convidadas a participar nas políticas de empreendedorismo de seu governo? (Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)

- Sebrae
- Sindicatos e associações empresariais
- Universidades
- Imprensa
- Representantes de outras esferas de governo
- ONGs e entidades que desenvolvem ações na área
- Fundações e entidades privadas
- Outro: \_\_\_\_\_

**12.** Quais são os instrumentos e mecanismos que apoiam a participação dos atores sociais e que são geralmente utilizados pelo governo? (Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)

- Não há participação
- Fóruns permanentes de debates, negociação e avaliação de políticas
- Consultas coletivas e/ou individuais aos atores
- Seminários com temas de interesse dos atores
- Reuniões com entidades representativas para tratar de temas setoriais
- Formas virtuais de coleta de opiniões através de sites dos órgãos públicos
- Programas de capacitação empresarial de forma geral
- Outro: \_\_\_\_\_

**13.** O governo desenvolve parcerias intergovernamentais com outras esferas de governo em relação às suas políticas de fomento ao empreendedorismo?

- Nenhuma
- Com o governo do estado
- Com o(s) governo(s) municipais
- Com o governo federal
- Outro: \_\_\_\_\_

**14.** O governo desenvolve parcerias para financiamento às políticas de fomento ao empreendedorismo de órgãos e entidades internacionais?

- Nenhuma
- Com o Banco Mundial
- Com o Banco Interamericano de Desenvolvimento
- Cepal
- Outro: \_\_\_\_\_

**15.** O governo desenvolve parcerias para apoio técnico às suas políticas de fomento ao empreendedorismo de órgãos e entidades internacionais?

- Nenhuma
- Com o Banco Mundial
- Com o Banco Interamericano de Desenvolvimento
- Cepal
- Outro: \_\_\_\_\_



**CONSIDERAÇÕES:** Uma das questões centrais deste bloco é verificar se o governo possui uma política pública de fomento ao empreendedorismo e ao ambiente de negócios que esteja organizada, bem como se existe um sistema de planejamento, gestão e avaliação das ações que

permita realimentar as atividades de forma continuada. Ao mesmo tempo é importante identificar se o governo possui mecanismos que estimulem a participação dos atores sociais que são os públicos-alvo das políticas no seu planejamento, gestão e avaliação.

## BLOCO 2

### MARCOS LEGAIS E APOIO INSTITUCIONAL DO PODER PÚBLICO

**16.** Existem marcos legais e regulatórios (leis, decretos etc.) que organizam e delimitam o campo de atuação do governo em relação às políticas de fomento ao empreendedorismo?

- Sim (nesse caso, responda a questão 17)  
 Não

**17.** Esses marcos legais e regulatórios que organizam e delimitam o campo de atuação do governo em relação às políticas de fomento ao empreendedorismo se relacionam a que tipo de iniciativa?

- Cadastro de fornecedor das MPE junto aos órgãos públicos  
 Procedimentos de compras públicas  
 Suporte técnico e institucional  
 Políticas de crédito e financiamento  
 Formação de associações e redes de empreendedores  
 Redução de burocracia (abertura/fechamento de empresas e demandas cotidianas dos empresários)  
 Programas de concessão de bolsas de estudos e pesquisas para empreendedores  
 Outro: \_\_\_\_\_

**18.** O poder público possui políticas para estimular a inserção das empresas no mercado? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Não  
 Apóia rodadas de negócios com empresários regionais, nacionais e internacionais  
 Apóia a participação em feiras de negócios e eventos similares  
 Apóia a formação de redes e associação de empresários  
 Possui um sistema de compras públicas e contratações diferenciado para PME

- Ações de marketing promovendo as empresas locais  
 Ações de marketing destacando as vantagens de uma empresa se instalar na região  
 Outro: \_\_\_\_\_

**19.** O governo desenvolve estudos e pesquisas sobre o ambiente de negócios na região de modo a propiciar aos empresários as informações que lhes permitam analisar oportunidades e ameaças em relação aos seus negócios ou à abertura de empresas? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Nenhum  
 Informações socioeconômicas em sites de órgãos governamentais  
 Estudos e diagnósticos da economia local  
 Estudos e diagnósticos de setores e segmentos econômicos  
 Estudos para avaliar o impacto das políticas de apoio e/ou financiamento aos empreendedores  
 Estudos de impactos econômicos e sociais das políticas de fomento ao empreendedorismo  
 Outro: \_\_\_\_\_

**20.** O governo possui política de comunicação e de divulgação das iniciativas relacionadas às políticas de fomento ao empreendedorismo e direcionadas para os públicos-alvo? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Nenhuma  
 Informações divulgadas nos sites dos órgãos públicos  
 Cartilhas orientadoras da legislação  
 Reuniões e eventos para públicos específicos  
 Revistas e cadernos de temas específicos relacionados ao fomento do empreendedorismo  
 Outro: \_\_\_\_\_

**CONSIDERAÇÕES:** As políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e à promoção do ambiente de negócios estão vinculadas ao formato institucional que assumem no interior dos governos subnacionais.

Considera-se que a presença de ações organizadas com essa finalidade deve ser identificada para os governos mapearem as competências existentes e instaladas para incentivar o empreendedorismo.

## BLOCO 3

### ESTÍMULOS FISCAIS À EDUCAÇÃO, PESQUISA E INOVAÇÃO

**21.** O poder público apoia incubadoras de empresas como parte de sua política de fomento ao empreendedorismo? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Não apoia
- Cessão de espaço físico (terreno, salas etc.)
- Suporte técnico e assistência empresarial
- Políticas de acesso a rede de empreendedores
- Políticas de acesso a crédito e financiamento
- Políticas de acesso ao mercado
- Outro: \_\_\_\_\_

**22.** Há iniciativas governamentais e/ou da sociedade visando a desenvolver a educação e a cultura empreendedora em todos os níveis de ensino? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Não possui nenhuma iniciativa
- Disciplina obrigatória no ensino fundamental
- Disciplina obrigatória no ensino médio
- Disciplina opcional no ensino médio
- Disciplina obrigatória no ensino médio profissionalizante
- Disciplina opcional no ensino médio profissionalizante
- Disciplina obrigatória no ensino superior
- Disciplina opcional no ensino superior
- Palestras, seminários e eventos regulares, com a presença de especialistas
- Feiras de empreendedorismo, inovação e tecnologia
- Cursos abertos
- Cursos de extensão
- Outra: \_\_\_\_\_

**23.** As iniciativas governamentais de fomento ao empreendedorismo estão vinculadas com o desenvolvimento tecnológico, a inovação e a pesquisa? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Não há iniciativas para este tipo de fomento
- Agências de fomento
- Universidades Públicas
- Universidades Privadas
- Outro: \_\_\_\_\_

**24.** Há incentivos fiscais e tributários como parte da política pública de fomento ao empreendedorismo? *(Marque todas as opções aplicáveis ao seu contexto)*

- Nenhum
- Isenção/redução de alíquotas de IPTU, no caso de governo municipal
- Isenção/redução de alíquotas de ISS, no caso de governo municipal
- Isenção/redução de alíquotas de ITBI, no caso de governo municipal
- Isenção/redução de alíquotas de ICMS, no caso de governo estadual
- Outro: \_\_\_\_\_

**CONSIDERAÇÕES:** As políticas de fomento ao empreendedorismo, de forma geral, costumam receber apoios oficiais dos governos para viabilizar e facilitar a implantação de empresas, sobretudo de ordem fiscal e tecnológica. Ademais, em relação ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora na região, é importante conhecer as iniciativas institucionais que o poder público implanta na sua rede de ensino em todos os níveis.

## 6. Indicadores de Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo

Enquanto o questionário de autodiagnóstico busca identificar a situação das políticas de fomento ao empreendedorismo, existe a necessidade de indicadores para balizar o planejamento e a gestão destas políticas. Para tanto, uma relação de indicadores foi constituída através de um extenso levantamento das literaturas nacional e internacional, bem como de estudos de caso empíricos da pesquisa que resultou nesta publicação.

Esses indicadores são relevantes para que os gestores públicos avaliem o ambiente promovido por meio de suas políticas de fomento ao empreendedorismo, mas não são um roteiro de boas práticas a serem seguidas pelos governos. Trata-se de uma referência para ser utilizada pelo administrador com vistas a avaliar a eficácia e o impacto de suas ações.

**De forma geral, os indicadores foram selecionados com base em três critérios:**

- a)** a possibilidade de controle do indicador pelos governos estaduais ou municipais;
- b)** o custo reduzido associado à melhora do indicador;
- c)** o tempo envolvido na melhora do indicador.

Os indicadores apresentados se enquadram em duas categorias: a primeira refere-se a dados públicos e são indicadores de fácil obtenção; e aqueles que sinalizam aspectos novos a serem considerados na formulação de políticas de fomento ao empreendedorismo, dependendo de tempo

e custo para serem elaborados. Estes últimos se caracterizam pela ausência de informações iniciais, pois seu histórico deverá ser construído, visando sua inserção como critério de avaliação. Assim, alguns indicadores são evidentes em si mesmo, enquanto outros deverão ser criados para constituir o sentido da política pública em relação à diversidade de segmentos e setores que são atendidos e outros que ainda não são considerados nas estatísticas oficiais. A lista de indicadores está logicamente encadeada com o roteiro de autodiagnóstico para que o gestor público possa avaliar o estágio em que se encontram suas políticas voltadas ao fomento do empreendedorismo.

### Para entender a tabela de indicadores:

Os indicadores de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo estão divididos em duas categorias: 1) aqueles que avaliam seu impacto sobre o empreendedorismo como atividade econômica, categoria que suporta políticas de fomento ao empreendedorismo (identificados nas tabelas pela letra **E** - política de empreendedorismo), com foco no indivíduo empreendedor; e 2) aqueles que avaliam os aspectos sociais da atividade empreendedora visando apoiar MPE, categoria que busca um escopo mais coletivo de implantação (identificados pela letra **A** - política de apoio a MPE).

As fontes para obter os dados estão identificadas por números, conforme a listagem a seguir:

1. Secretaria de Finanças local: para obter número total de empreendedores enquadrados dentro dos limites de faturamento legal, cadastrados no Simples Nacional ou como MEI.
2. Base de dados do órgão local que responde pelas ações de incubação.
3. Base de dados do órgão local que responde pelas ações de microcrédito.
4. Órgão local que responde pelas ações de capacitação.
5. Base de dados do órgão local que responde pelas compras públicas.
6. Junta Comercial local e/ou estadual.
7. Amostragem junto às empresas de contabilidade da localidade.
8. Secretaria de Comunicação do governo estadual/municipal ou Assessoria de Imprensa do(s) órgão(s) local(is) envolvidos com políticas de fomento ao empreendedorismo.
9. Consultar Associações Locais de Grupos de Direitos LGBT sobre existência e disponibilização de dados para uso estatístico (as informações serão uma aproximação que possivelmente não representarão o todo do universo).
10. Sistema de informações educacionais da Secretaria Estadual ou Municipal de Educação.
11. Receita Federal.
12. Base de dados deverá ser criada.

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE no município/estado apoiadas em incubadoras de empresas ou similares:

$$\% \text{ MPE incubadas} = \frac{\text{Total de MPES incubadas}}{\text{Total de MPES existentes}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores individualmente apoiados por incubadoras dividido pelo total de empresas enquadradas como MPE conforme lei do Simples Nacional.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 2  
**Periodicidade:** Anual  
**Ênfase:** E

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE e MEI no município/estado em incubadoras sociais:

$$\% \text{ MPE em incubadoras sociais} = \frac{\text{Total de MPES e MEIs incubadas}}{\text{Total de MPES e MEIs existentes}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores coletivamente apoiados por incubadoras, dividido pelo total de empresas enquadradas como MPE conforme lei do Simples Nacional e MEI.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 2  
**Periodicidade:** Anual  
**Ênfase:** A

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE e MEI no município/estado com apoio de microcrédito:

$$\% \text{ MPES e MEIs com microcrédito} = \frac{\text{Total MPES e MEIs com microcrédito}}{\text{Total de MPES e MEIs existentes}}$$

**Explicação:** Número de MPE e MEI apoiadas com microcrédito dividido pelo total de empresas enquadradas como MPE conforme a lei do Simples Nacional e MEI.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 3  
**Periodicidade:** Anual  
**Ênfase:** A

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE e MEI no município/estado com capacitação em gestão empresarial:

$$\% \text{ MPE e MEI com capacitação empresarial} = \frac{\text{Total de MPES e MEIs capacitadas}}{\text{Total de MPES e MEIs existentes}}$$

**Obs.: Cada empreendedor deverá ser contado apenas uma vez, caso tenha realizado mais de um curso.**

**Explicação:** Número de empreendedores capacitados em cursos patrocinados pelo poder público (diretamente ou por meio de terceiros), dividido pelo total de empresas enquadradas como MPE conforme a lei do Simples Nacional e MEI.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 4  
**Periodicidade:** Semestral  
**Ênfase:** A

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE e MEI credenciadas como fornecedoras municipal/estadual:

$$\% \text{ MPES e MEIs credenciadas como fornecedoras} = \frac{\text{Total de MPES e MEIs cadastradas}}{\text{Total de MPES e MEIs existentes}}$$

**Explicação:** Número de MPE e MEI credenciadas como fornecedoras do

governo dividido pelo total de empreendedores existentes.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 5

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE que participam das licitações em âmbito municipal/estadual:

% MPEs licitantes =

$$\frac{\text{Total de MPEs cadastradas}}{\text{Total de MPEs licitantes}}$$

**Explicação:** Número de MPE credenciadas como fornecedoras que participam das licitações do governo dividido pelo total de empreendedores existentes.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 5

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

% de MPE e MEI fornecedoras contratadas pelo município/estado:

% MPEs e MEIs cadastradas contratadas =

$$\frac{\text{Total de MPEs e MEIs cadastradas}}{\text{Total de MPEs e MEIs existentes}}$$

**Explicação:** Número de MPE e MEI credenciadas como fornecedoras com contratos com o governo dividido pelo total de empreendedores existentes.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 5

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

% volume de compras públicas de MPE e MEI:

% volume compras públicas de MPEs e MEIs =

$$\frac{\text{Volume total compras governo}}{\text{Volume de compras de MPEs e MEIs}}$$

**Explicação:** Número do volume de compras públicas de MPE e MEI credenciadas como fornecedoras do governo dividido pelo total de compras públicas.

**Fontes/Caminhos:** 1 e 5

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

Número de empreendedores reincidentes:

% empreendedores reincidentes =

$$\frac{\text{Total de MPEs reincidentes}}{\text{Total de MPEs abertas}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores que estão abrindo mais um negócio, além do atual, ou iniciando um novo empreendimento após uma tentativa anterior.

**Fontes/Caminhos:** 6 e cruzar o CNPJ com CPF para verificar o número de empreendedores reincidentes no território.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

### INDICADOR/FÓRMULA

Participação de mulheres no total do número de MPE e MEI conforme a seguinte fórmula de cálculo:

% mulheres empreendedoras =

$$\frac{\text{Total de mulheres empreendedoras}}{\text{Total de MPEs e MEIs}}$$

**Explicação:** Número de mulheres empreendedoras dividido pelo total

de MPE e MEI existentes.

**Fontes/Caminhos:** 6

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

### INDICADOR/FÓRMULA

Participação de negros e indígenas no total do número de MPE e MEI:

% negros e indígenas empreendedores =

$$\frac{\text{Total negros e indígenas empreend.}}{\text{Total de MPEs e MEIs}}$$

**Explicação:** Número de negros/ indígenas empreendedores dividido pelo total de MPE e MEI existentes.

**Fontes/Caminhos:** 13

Para esta informação ser obtida, deverá ser inserido um campo informativo no formulário de solicitação de alvará junto ao município e/ou no cadastramento na Junta Comercial local.

Eventualmente poderá ser obtido de outras fontes de cadastramento do empreendedor junto aos órgãos públicos estaduais ou locais.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

### INDICADOR/FÓRMULA

Participação de LGBT no total dos MPE e MEI:

% empreendedores LGBTs =

$$\frac{\text{Total empreendedores LGBTs}}{\text{Total de MPEs}}$$

**Explicação:** Número de LGBT empreendedores dividido pelo total de MPE e MEI existentes.

**Fontes/Caminhos:** 10

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

% de escolas estaduais/municipais que possuem disciplinas de educação empreendedora:

% escolas com educação empreendedora =

$$\frac{\text{Total escolas empreendedoras}}{\text{Total escolas públicas}}$$

**Explicação:** Número de escolas que possuem disciplinas de educação empreendedora em seu currículo formal dividido pelo número total de escolas.

**Fontes/Caminhos:** I I

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

% de alunos matriculados em disciplinas de educação empreendedora na rede estadual/municipal:

% alunos matriculados em educação empreendedora =

$$\frac{\text{Total matrículas empreendedoras}}{\text{Total matrículas das escolas públicas}}$$

**Explicação:** Número de alunos que cursam formalmente disciplinas de educação empreendedora dividido pelo número total de alunos matriculados na rede escolar estadual/municipal.

**Fontes/Caminhos:** I I

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

% de empreendedores ativos após três anos de formados nos programas de educação empreendedora formalmente autorizados pelo Conselho Estadual ou Municipal de Educação:

% empreendedores ativos após 3 anos formados em educação empreendedora =

$$\frac{\text{Total empreendedores ativos}}{\text{Total empreendedores formados}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores que participaram de cursos de educação empreendedora, com autorização legal do Conselho Estadual ou Municipal de Educação, oferecidos pela rede de ensino pública/privada, e estão ativos três anos após o término do curso, dividido pelo total de alunos que frequentaram os cursos.

**Fontes/Caminhos:** 6, I I e I 2

Cruzar número de alunos- empreendedores, com seus CPF, egressos dos cursos autorizados sobre o tema da educação empreendedora com os dados da Junta Comercial da empresa pelo CPF do empreendedor e/ou CNPJ da empresa.

Este é um indicador que os governos podem passar a coletar por meio de pesquisa de avaliação com os ex-alunos de tais cursos.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

% de empreendedores ativos após cinco anos de formados nos programas de educação empreendedora formalmente autorizados pelo Conselho Estadual ou Municipal de Educação:

% empreendedores ativos após 5 anos formados em educação empreendedora =

$$\frac{\text{Total empreendedores ativos}}{\text{Total empreendedores formados}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores que participaram de cursos de educação empreendedora com autorização legal do Conselho Estadual ou Municipal de Educação na rede de ensino pública/privada e estão ativos cinco após o término do curso dividido pelo total de alunos que frequentaram os cursos.

**Fontes/Caminhos:** 6, I I e I 2

Cruzar número de alunos- empreendedores, com CPF, egressos dos cursos autorizados sobre o tema da educação empreendedora com os dados da Junta Comercial da empresa pelo CPF do empreendedor e/ou CNPJ da empresa.

Este é um indicador que os governos podem passar a coletar por meio de pesquisa de avaliação com os ex-alunos de tais cursos.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

% de empreendedores que abriram negócios e fracassaram antes de completar três anos de formados nos programas de educação empreendedora formalmente autorizados pelo Conselho Estadual ou Municipal de Educação:

% empreendedores mal sucedidos após 3 anos formados em educação empreendedora =

$$\frac{\text{Total empreendedores mal sucedidos}}{\text{Total empreendedores formados}}$$

**Explicação:** Número de empreendedores que fracassaram antes de completar 3 anos de formados nos cursos de educação empreendedora na rede pública/privada autorizados pelo Conselho Estadual ou Municipal

de Educação dividido pelo total de empreendedores que frequentaram os cursos.

**Fontes/Caminhos: 6, 11 e 12**

Cruzar número de alunos- empreendedores, com CPF, egressos dos cursos autorizados sobre o tema da educação empreendedora com os dados da Junta Comercial da empresa pelo CPF do empreendedor e/ou CNPJ da empresa.

Este é um indicador que os governos podem passar a coletar por meio de pesquisa de avaliação com os ex-alunos de tais cursos.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E

**INDICADOR/FÓRMULA**

Taxa de variação das MPE que mudaram de porte:

% MPE que mudaram de porte =

$$\frac{\text{Total MPEs crescidas} - \text{total MPEs reduzidas}}{\text{Total MPEs}}$$

**Explicação:** Verificar o número relativo de MPE que mudaram de patamar conforme a evolução de seu faturamento anual em termos do que a legislação nacional define como faixas de enquadramento. Deve ser subtraído o número de empresas que subiram de patamar daquelas que reduziram o seu porte e dividir pelo total de MPE existentes.

Sugere-se que o governo estadual ou municipal crie mecanismos em seus cadastros que possam captar a evolução de MEI para MPE.

**Fontes/Caminhos: 1**

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E/S

**INDICADOR/FÓRMULA**

Porcentual de trabalhadores empregados em MPE:

Nº (ou %) empregos em MPE =

$$\frac{\text{Empregos gerados por MPEs}}{\text{Total empregos gerados}}$$

**Explicação:** Verificar o número relativo de empregos gerados pelas MPE dividido pelo total de empregos gerados pelas empresas locais.

**Fontes/Caminhos: 13**

Verificar possibilidade da existência junto à Comissão Municipal ou Estadual de Emprego. Também há a possibilidade de solicitar a informação ao Ministério do Trabalho e Emprego, visto que os dados do CAGED são agregados em nível nacional.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E/S

**INDICADOR/FÓRMULA**

% comparado do número empresas que foram abertas em relação ao número de empresas fechadas:

% MPEs abertas/fechadas=

$$\frac{\text{Total MPEs abertas}}{\text{Total MPEs fechadas}}$$

**Explicação:** Verificar o número de empresas abertas e comparar com o número de empresas fechadas para identificar o saldo, em porcentual, resultante.

**Fontes/Caminhos: 6**

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E/S

**INDICADOR/FÓRMULA**

Tempo médio de vida da empresa:

Tempo médio de vida das MPE =

$$\frac{\text{Total MPEs fechadas}}{\text{Tempo de atividade das MPEs}}$$

**Explicação:** Verificar tempo de vida das empresas calculando número total de MPE que cancelaram formalmente suas atividades, dividido pelo tempo total de vida da empresa para obter-se o tempo médio de sobrevivência.

**Fontes/Caminhos: 6**

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E/S

**INDICADOR/FÓRMULA**

Número de dias para formalizar a abertura legal da empresa.

Este indicador não possui fórmula, pois se trata de uma meta de governo e pode ser comparada com benchmarks nacionais e/ou internacionais.

**Explicação:** Número de dias necessários para uma MPE obter o alvará de funcionamento.

O indicador pode ser sofisticado se o gestor distinguir entre alvarás provisórios e definitivos.

**Fontes/Caminhos: 6 e 7**

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

**INDICADOR/FÓRMULA**

Número de dias para encerrar legalmente a empresa.

Este indicador não possui fórmula, pois se trata de uma meta do governo e pode ser comparada com benchmarks nacionais e/ou internacionais.

**Explicação:** Número de dias necessários para uma MPE obter o encerramento definitivo das atividades da

empresa.

**Fontes/Caminhos:** 6

**Periodicidade:** Semestral

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

Número de anos de escolaridade do empreendedor.

Para ser obtido, esse indicador deve ter sua coleta iniciada pelo governo, visando gerar uma base de dados. Sugere-se que as respostas expressem o número de anos que o empreendedor possui de educação escolar formal.

Este indicador não possui uma fórmula, mas pode ser comparado com *benchmarks* nacionais e/ou internacionais para estimular e gerar metas para para estimular e gerar metas.

**Explicação:** Somatório do número de anos de escolaridade do empreendedor (MEIs ou MPes)

**Fontes/Caminhos:** A base de dados deverá ser criada.

Para esta informação ser obtida, deverá ser inserido um campo informativo no formulário de solicitação de alvará junto ao município e/ou no cadastramento na Junta Comercial local.

Eventualmente poderá ser obtido de outras fontes de cadastramento do empreendedor junto aos órgãos públicos estaduais ou locais.

**Periodicidade:** Anual

**Ênfase:** E/A

### INDICADOR/FÓRMULA

Número de notícias positivas de empreendedorismo.

Este indicador não possui uma fórmula, mas deve partir de uma base inicial que sirva de comparação com o trimestre anterior para verificar sua evolução, afora eventuais *benchmarks* nacionais

e/ou internacionais que estimulem políticas públicas de empreendedorismo.

**Explicação:** Quantidade de notícias veiculadas na mídia local (imprensa, televisiva, radiofônica e internet) que sejam positivas e favoráveis em relação ao empreendedorismo, dividida pelo total de notícias sobre empreendedorismo divulgadas pelos meios de comunicação.

**Fontes/Caminhos:** Secretaria de Comunicação do governo estadual/municipal ou assessoria de imprensa do(s) órgão(s) local(is) que estão envolvidos com políticas de fomento ao empreendedorismo.

Secretaria de Comunicação/Assessoria de Imprensa devem compilar as notícias veiculadas nos meios de comunicação favoráveis aos MPes. Deve ser criado um banco de dados com as informações para acompanhar a evolução do indicador sobre as políticas governamentais de empreendedorismo.

**Periodicidade:** Trimestral

**Ênfase:** E



# Glossário

**APL:** Arranjos Produtivos Locais são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa (Fonte: MDIC - [www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)).

**Coaching:** Aconselhamento.

**Empreendedor de alto impacto:** Empresas de crescimento acelerado que têm um grande impacto na geração de empregos e crescimento econômico. São chamadas empresas de alto impacto porque crescem mais de 20% ao ano em um período de três anos.

**Empreendedor por estilo de vida:** A maior parte dos empreendedores de micro e pequeno portes são chamados de empreendedores por estilo de vida. São empresas constituídas para satisfazer as necessidades financeiras dos empreendedores, ao mesmo tempo em que geram um número limitado de empregos.

**Funding:** É ação que busca fornecer recursos, de instituições públicas ou privadas, para o financiamento de um empreendimento, geralmente de forma financeira, visando alavancar suas atividades.

**Incubadora de Empresas:** É um mecanismo que estimula a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas (industriais, de prestação de serviços, de base tecnológica ou de manufaturas leves), oferecendo suporte

técnico, gerencial e formação complementar ao empreendedor. A incubadora também facilita e agiliza o processo de inovação tecnológica nas micro e pequenas empresas, além de muitas vezes oferecer espaço físico (Fonte: Sebrae - [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)).

**One Stop Shop:** Uma forma de organizar a prestação de serviços necessários às empresas, geralmente em repartições públicas, que se localizam em um só espaço físico visando reduzir a burocracia e o tempo despendido pelos empreendedores.

**Oscip:** É a sigla de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, uma qualificação outorgada pelo Ministério da Justiça para associações e fundações de direito privado sem fins lucrativos, instituídas por agentes particulares que requerem esse reconhecimento, desde que atendidos os requisitos da Lei Federal n.º 9.790/99.

**P&D:** Diz respeito às políticas de uma empresa, pública ou privada, que se referem a pesquisa e desenvolvimento buscando inovar em aumento de competitividade ou geração de tecnologias mais modernas, geralmente financiadas com um orçamento específico para essas atividades.

**Simples Nacional:** É um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido previsto na Lei Complementar n.º 123, de 2006, aplicável às Microempresas e às Empresas de Pequeno Porte, a partir de 01.07.2007. O artigo 12 da referida Lei Complementar define o Simples Nacional como um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas

e Empresas de Pequeno Porte. Maiores informações consultar: [www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/sobre/perguntas.asp](http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/sobre/perguntas.asp).

**Spread bancário:** É a diferença entre os juros cobrados pelos bancos nos empréstimos a pessoas físicas e a empresas e as taxas pagas pelos bancos aos investidores que aplicam seus recursos nos bancos.

**Startups:** É uma empresa em estágio inicial, ainda em busca da definição de um modelo de receita. Pode definir empresas “de estilo de vida”, mas o termo é preferencialmente usado para empresas com alto potencial de crescimento.

**Venture-capital:** É um tipo de investimento de capital que envolve a participação em empresas com alto potencial de crescimento e rentabilidade, através da aquisição de ações ou de outros valores mobiliários (debênture conversíveis, bônus de subscrição, entre outros), com o objetivo de obter ganhos expressivos sobre o capital investido a médio e longo prazo (Fonte: Portal ABVCAP - [www.abvcap.com.br](http://www.abvcap.com.br)).



## Realização



## Apoio



Embaixada Britânica  
Brasília



**MISTO**  
Papel produzido a partir  
de fontes responsáveis  
**FSC® C001961**



Produto de soja reconhecido pela  
American Soybean Association



**CARBON FREE**

As emissões de carbono, resultado do processo  
de impressão desse material, foram compensadas  
através de plantio de árvores nativas de Mata Atlântica.