

## PROJETO PARA INCORPORAÇÃO DE UMA ESCOLA DE EMPREENDEDORES JUNTO AO SISTEMA MEI (MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL) NA CIDADE DE QUEDAS DO IGUAÇU/PR

MOTTA, Carla Bruna da<sup>1</sup>  
MOTTA, Francisco Bruno da<sup>2</sup>  
SONEGO, Vandete Maria<sup>3</sup>

### RESUMO

O empreendedor pode ser considerado o eixo gerador da mudança econômica e social de um país, sendo assim este trabalho objetiva apresentar uma proposta de projeto de uma “Escola de Empreendedores” às empresas cadastradas junto ao Microempreendedor Individual (MEI), da Prefeitura da cidade de Quedas do Iguaçu-PR. E com este projeto, capacitar e possibilitar a estes empreendedores a agirem de forma planejada, conseguindo assim, se manterem no mercado de forma competitiva, responsável e socialmente viável. Classificando este estudo, como uma pesquisa bibliográfica, exploratória e documental, de abordagem qualitativa e quantitativa, após coleta de dados foi feita uma análise das empresas cadastradas e escolha de campo para questionários, foram observados e estudados os segmentos com maior índice de atuação, assim elaborando um trabalho mais amplo e aplicável a diversos tipos de segmentos. É importante frisar que estes estão sempre em busca de mais aprendizado e principalmente de conhecer e desenvolver novas tecnologias pode-se perceber que a maior falha estratégica dessas empresas, está justamente ligada ao seu planejamento financeiro, partindo desse ponto a “Escola de Empreendedores”, visa apresentar uma proposta para que sejam cedidos cursos específicos sobre planejamento financeiro, para que através deste conhecimento sejam capazes de alcançar suas pretensões futuras. Por fim vale salientar que este estudo realizado com uma pequena parcela dos participantes do sistema MEI, 33 mais precisamente, poderá ser replicado para mais segmentos, isso a partir da demanda de cada setor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Planejamento, Microempreendedor Individual, Escola de Empreendedores.

### 1. INTRODUÇÃO

A atual situação econômica do Brasil vem fazendo com que, empresários adiem investimentos e novos empreendedores aguardem uma melhora significativa, para assim iniciarem seus projetos. Em 2016, uma hipótese de crise econômica já era prevista, e diante da atual conjuntura, os números constataam que a crise já faz parte do dia-a-dia da população brasileira.

Frente a essa situação, vale ainda ressaltar que, a crescente competitividade do mercado, isso devido a situação econômica do país, que leva a uma competição cada vez mais acirrada para se manter. Ainda, o suscetível aumento do desemprego do país, segundo o IBGE (2017), no primeiro

<sup>1</sup>Acadêmica do curso de administração do Centro Universitário FAG. E-mail:supermercadosabia2@hotmail.com

<sup>2</sup>Acadêmico do curso de administração do Centro Universitário FAG. E-mail:bruno-motta@live.com

<sup>3</sup>Docente orientadora do curso de administração do Centro Universitário FAG. E-mail:vandete@gmail.com



trimestre deste ano, os brasileiros desempregados já passam dos 14,2 milhões, ou seja, um percentual de 13,7%, da população está sem ocupação fixa.

Partindo deste pressuposto, os brasileiros precisam encontrar alternativas para contornar esta difícil situação. O que tem levado muitos destes desempregados, a optarem por trabalhar em casa, desenvolvendo atividades rentáveis que os possibilitem ter certa renda. Sendo possível também, verificar o crescimento do empreendedorismo no país, pois este pode ser considerado como o fato gerador da mudança no empresário, seja ele, pelo simples fato de empreender, ou unicamente pela necessidade.

Mesmo que adentrando o mercado de maneira empreendedora, ou seja, criando novos negócios ou solucionando problemas dos clientes não atendidos, ainda há uma grande dificuldade destes, para se manter no mercado. Observa-se que o maior desafio dos novos empreendedores, ou até mesmo os já atuantes, é o de criar um negócio competitivo, e que tenha preços e padrões de qualidade adequados (PORTES, 2001).

Sendo que a forma mais eficaz, de entrar ou se manter no mercado, é ter um planejamento adequado, pois se feito de maneira correta, impacta na empresa de maneira positiva, facilitando a vida do empreendedor, levando-o a uma estabilidade de forma muito mais rápida e eficaz, o que possibilita a empresa, ter uma vida útil comercial mais longa e próspera.

Diante do contexto apresentado, este trabalho objetiva apresentar uma proposta de projeto de uma "Escola de Empreendedores" às empresas cadastradas junto ao MEI, da Prefeitura da cidade de Quedas do Iguaçu-Paraná. Com este projeto, capacitar e possibilitar os empreendedores a agirem de forma planejada, conseguindo assim, se manterem no mercado de forma competitiva, responsável e socialmente viável.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para dar ênfase e principalmente dar suporte ao estudo, seguem as bases e estudos teóricos feitos a partir de autores, que através de seus conceitos e abordagens, darão suporte ao tema, bem como auxiliar, na repostados dos objetivos propostos.

## 2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento é o caminho a ser seguido para alcançar o resultado esperado, é o ato que incorpora todas as ações e decisões que a empresa deve tomar para alcançar seus objetivos, deve ser também uma previsão de possíveis ações, a serem tomadas em casos inesperados, porém com alternativas previstas (LACOMBE, 2009).

O planejamento estratégico não pode ser considerado uma ciência que evidencia o certo e o errado, e sim uma ferramenta que direciona a empresa a ter uma visão do futuro, possibilitando a esta, ter uma probabilidade maior de aproveitar oportunidades e explorar suas potencialidades (TIFFANY e PETERSON 1998).

Já para Chiavenato (2004), o planejamento requer tomadas de decisões antecipadas, para saber o que fazer antes mesmo de qualquer efetiva ação. Consiste em fazer um estudo de possíveis ações, e de fato, estar preparado para que, mesmo antes de sua efetiva ocorrência, se tenha um plano que seja concreto e eficaz, para combater não somente as ações, mas também os possíveis danos que ela possa acarretar.

Oliveira (2009) pontua que, das ferramentas principais do processo administrativo, a que possui conceitos mais amplos para a organização, é o planejamento estratégico, uma vez que ele controla tanto problemas internos, quanto externos, possibilitando assim que a empresa tenha mais competitividade e resultados organizacionais positivos.

Para Drucker (1984), planejamento estratégico é um processo contínuo, que consiste em ter o maior conhecimento possível do futuro, tomar decisões atuais que possam envolver riscos, organizar de maneira adequada atividades que facilitem a execução dessas decisões, ao mesmo passo, que deve medir de forma organizada e sistemática, o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.

Oliveira (2009) acrescenta que, o planejamento é o método administrativo que permite estabelecer o caminho que deve ser seguido pela empresa, visando sempre o maior grau de interação com o ambiente.

O planejamento estratégico por sua vez, é um processo que ocorre na alta cúpula da empresa, devendo nortear as atividades de planejamento nos demais níveis da empresa

(FERREIRA, 1997). Posteriormente interage e abrange a toda a organização. Alguns pontos e características sobre o planejamento estratégico são importantes para compreendê-lo melhor, conforme aponta Chiavenato, (2004.p 42).

É projetado no longo prazo, tendo seus efeitos e consequências estendidos a vários anos pela frente. •Envolve a empresa como totalidade, abrange todos os recursos e áreas de atividade, e preocupa-se em atingir os objetivos em nível organizacional. •É definido pela cúpula da organização (no nível institucional) e corresponde ao plano maior ao quais todos os demais estão subordinados.

Assim, de acordo com Oliveira (2004), a partir dessas características e informações, pode-se de forma clara, objetivar as metas e principais funções do planejamento estratégico: conhecer os pontos fortes da empresa, e saber como utiliza-los; se comprometer a identificar pontos fracos, e elimina-los; se inteirar e aproveitar as oportunidades externas; bem como, conhecer e evitar as ameaças externas.

Então, para compor um efetivo plano de trabalho, de forma teórica e principalmente prática, Cavalcanti (2001) pontua que na era do conhecimento, ter um plano não é o suficiente. É necessário ter um plano com estratégias, forçando assim, às organizações a pensarem de forma coletiva, desenvolvendo a capacidade de pensamento dentro das organizações.

Considerando-se assim, que o planejamento é uma ferramenta de gestão empresarial amplamente usado pelas empresas. Orlickas (2010, p.37), destaca ainda que “o planejamento tem como objetivo minimizar possíveis empecilhos para os resultados e maximizar as oportunidades no processo, pois permitem que o gestor tome decisões mais assertivas”.

Deste modo, pode-se considerar que o planejamento é um poderoso aliado das organizações, pois se executado de maneira correta pode intervir de maneira positiva nas organizações (LACOMBE, 2009). Ainda para o mesmo autor, o planejamento possibilita possíveis reações a ações inesperadas, o tal conhecido plano B, que pode ser uma saída para mudanças tanto internas quanto externas as organizações.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo pode ser definido como processo para criar mais riquezas. Sendo que, a riqueza é criada por indivíduos, os quais têm como principais características, assumir riscos em



termos patrimoniais, dedicando tempo e comprometimento, podendo ser em algo novo, único ou não. Porém devem sempre atribuir um valor novo de acordo com as habilidades e recursos necessários, identificados pelo empreendedor (ROSTADT,1984).

Seguindo esta linha de pensamento, Leite (2000), complementa que o empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações, que por meio da criatividade, desejo de transformação, e a responsabilidade de tomar para si, aquilo que pode ser visto como risco de incorporar uma ideia inovadora.

Empreender, então é o ato de fazer algo novo com diferencial, mudar a atual situação buscando novas oportunidades, tendo sempre uma visão focada e principalmente inovadora e com criação de valores (DORNELAS, 2003). Destaca ainda o mesmo autor, que ato de empreender, existe desde os primórdios, pois foi uma das primeiras ações humanas, com o objetivo de relacionar-se entre si, e também com o meio em que vive.

Então, de acordo com Dornelas (2001), o empreendedorismo teve sua origem creditada a Marco Polo, que considerava o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, ou seja, é atuante na participação de toda a resolução dos fatos, já que o capitalista age de forma passiva, se atendo basicamente aos resultados finais. E, foi somente a partir do século XVIII, que empreendedorismo e capitalismo foram completamente diferenciados, isso devido à industrialização.

Durante a idade média “o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção.” (PETERS; HISRICH, 2004, p. 27). Neste mesmo período o empreendedor não assumia riscos significativos, ele simplesmente utilizava os recursos fornecidos, geralmente pelo governo do seu país, para gerenciar e administrar os projetos. (DORNELAS, 2005).

Observam-se ainda nos dias de hoje, que há um grande interesse nacional e internacional sobre o empreendedorismo, apesar de todo interesse, não há uma definição internacionalmente aceita. O que se pode dizer é que o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo ao desenvolvimento do próprio termo.

Já no Brasil, pode-se dizer que o primeiro efetivo conhecimento sobre empreendedorismo surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo



por iniciativa do Professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”. Era na disciplina do curso de Especialização em Administração para graduados CEAG. Em 1984, o curso passou a se chamar “Criação de Novos Negócios- Formação de Empreendedores”, e hoje acabou por se tornar algo obrigatório no caminho dos alunos da graduação (DOLABELA, 1999).

Então no país, o empreendedorismo começou a tomar forma somente na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas, antes disso o empreendedorismo e a criação de pequenas empresas eram assuntos restritos (DORNELAS, 2005)

Sob o ponto de vista de Dolabela (1999), é possível perceber que o Brasil tem um potencial enorme não aproveitado do potencial empreendedor dos brasileiros. Segundo ele, o brasileiro é o típico empreendedor que se aproveita do empreendedorismo espontâneo, ou seja, ele está em toda parte, para ele basta um estímulo para gerar frutos à sociedade.

Assim, a cultura do empreendedorismo, precisa ser disseminada no Brasil, para que, efetivamente as empresas sejam mais duradouras, tenham um crescimento considerável, e sobre tudo possam gerar um eficiente desenvolvimento social (SANTOS E PIETROVSKI, 2003).

### 2.3 MEI (MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL)

No dia 1 de julho de 2009, entrou em vigor a Lei Complementar 128/08, que melhorou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/06). O que significa que o empreendedor pode registrar sua empresa, ou serviço de forma mais rápido ao mesmo passo que pode usufruir de vantagens até então inexistentes (SERRAT, 2011).

A Lei Complementar 128/2008 trouxe pela primeira vez o conceito de empreendedor individual que foi inserido na Lei complementar 123/2006, art. 18-A, que diz que o MEI pode optar pelo recolhimento dos impostos e contribuições segundo o Simples Nacional, com valores mensais fixos (BRASIL, 2008).

O MEI é o trabalhador que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário, para isso é necessário faturar no máximo R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) por ano e não ser sócio ou titular em outra empresa. É possível também que o MEI tenha um empregado com salário mínimo ou piso de sua categoria (PORTAL DE EMPREENDEDOR, 2012).

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa é útil também para pessoas com conhecimentos prévios nas áreas pesquisadas, uma vez que pode ser utilizada para encontrar novas alternativas, incontáveis explicações, isso tudo para o mesmo fato (ZICKMUND, 2000). Colabora neste pensamento, Rudio (2001, p. 9) afirmando que “a pesquisa científica se distingue de qualquer outra modalidade de pesquisa pelo método, pelas técnicas, por estar voltada para a realidade empírica, e pela forma de comunicar o conhecimento obtido”.

Classificando-se assim, este estudo, como uma pesquisa bibliográfica, exploratória e documental, de abordagem qualitativa e quantitativa. Sendo definida a pesquisa bibliográfica por GIL (2010), como uma pesquisa elaborada com base em material já publicado, com o objetivo de analisar posições diversas em relação a um determinado assunto. Ainda, este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 2007).

Já a pesquisa documental, segue os passos da pesquisa bibliográfica, o que as torna difícil de distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. “A pesquisa documental recorre à fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, vídeos de programa de televisão, etc” (FONSECA, 2002, p.32).

Para Aaker, Kumar & Day (2004), a pesquisa exploratória costuma envolver uma abordagem qualitativa, tal como o uso de grupos de discussão, geralmente, caracteriza-se pela ausência de hipóteses, ou hipóteses pouco definidas. Segundo Mattar (2001), os métodos utilizados pela pesquisa exploratória são amplos e versáteis. Os métodos empregados compreendem: levantamentos em fontes secundárias, levantamentos de experiências, estudos de casos selecionados e observação informal.

Para Zikmund (2000), os estudos exploratórios, geralmente, são úteis para diagnosticar situações, explorar alternativas ou descobrir novas idéias. Esses trabalhos são conduzidos durante o estágio inicial de um processo de pesquisa mais amplo, em que se procura esclarecer e definir a natureza de um problema e gerar mais informações que possam ser adquiridas para a realização de



futuras pesquisas conclusivas. Ainda para o mesmo autor, mesmo quando já existem conhecimentos do pesquisador sobre o assunto, a pesquisa exploratória também é útil, pois, normalmente, para um mesmo fato organizacional, pode haver inúmeras explicações alternativas, e sua utilização permitirá ao pesquisador tomar conhecimento, se não de todas, pelo menos de algumas delas.

Quanto à abordagem da pesquisa como qualitativa, Bogdan e Biklen (2003), atestam este tipo de pesquisa com cinco características básicas, como: ambiente natural, os dados descritivos, a preocupação com o processo, a preocupação com o significado e por último, o processo de análise indutivo.

Já a pesquisa quantitativa é definida por Mattar (2001), como aquela que busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de um grande número de casos representativos, recomendando um curso final da ação. Ela quantifica os dados e generaliza os resultados da amostra para os interessados.

Para este estudo, a pesquisa documental foi realizada na prefeitura Municipal de Quedas do Iguaçu, no de setor tributação e registro de empresas, a qual forneceu os dados gerais de empresas cadastradas no sistema MEI do município.

Após dados extraídos do sistema MEI da prefeitura, e dados fornecidos pela ACIQI (Associação Comercial e Empresarial de Quedas do Iguaçu – PR), selecionou-se dois segmentos, para os quais foi aplicado um questionário com questões fechadas, com o intuito de descobrir suas principais necessidades, e a partir destas, traçar o modelo da “Escola de Empreendedores”, objetivo deste estudo.

O questionário pode ser definido como “um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente, mas mede sua opinião, seus interesses, aspectos de personalidade e informação biográfica” (Yaremko, Harari, Harrison & Lynn, 1986, p. 186).

Oliveira (1997, p. 165) afirma que “o questionário apresenta as seguintes características: (1) deve ser a espinha dorsal de qualquer levantamento, (2) deve reunir todas as informações necessárias (nem mais nem menos), (3) deve possuir linguagem adequada”.

Os questionários foram enumerados para uma melhor análise, posteriormente os resultados foram tabulados e apresentados em forma de gráfico no item das análises e discussões, bem como os resultados encontrados.



#### 4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

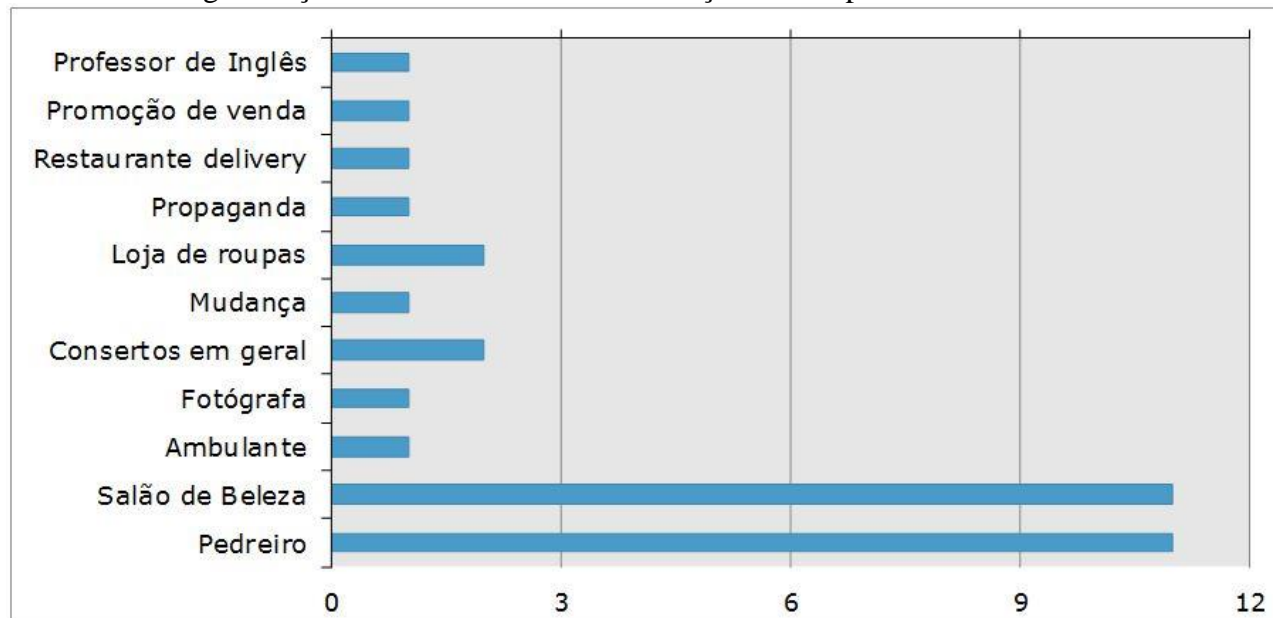
As análises e resultados apresentados a seguir, foram elaborados á partir de um estudo que visa apresentar, uma proposta as empresas cadastradas ao sistema MEI (Microempreendedor Individual) do município de Quedas do Iguaçu-PR. Isso através de um planejamento junto a ACIQI (Associação Comercial e Empresarial de Quedas do Iguaçu – PR), para desenvolver uma "Escola de Empreendedores” para capacitar e desenvolver os empreendedores, cadastrados junto ao MEI, para agirem e se manterem no mercado de forma competitiva, responsável e socialmente viável.

Objetivando facilitar o trabalho dos novos entrantes no mercado comercial, fazendo com que estes façam um planejamento antecipado de seu negócio, e principalmente que sejam empreendedores no ramo em que atuam.

O foco nos micros empreendedores individuais, é em função da aprovação no Congresso Nacional, da Lei Complementar 128/08. É uma Lei Complementar, que da total segurança ao micro empreendedor, uma vez que para mudar as regras já existentes, é necessária a criação de outra Lei Complementar (BRASIL, 2011).

A primeira etapa da pesquisa realizou-se junto a Prefeitura Municipal de Quedas do Iguaçu-PR, onde foram coletados cadastros do sistema MEI com inscrição municipal, no total de 570 cadastros até o mês de agosto de 2017. Á partir deste número levantou-se junto à ACIQI, responsável pelas consultorias e cursos cedidos aos MEI's, aqueles empreendedores que são mais participativos nos cursos e consultorias da associação. Chegando-se a uma lista de 76 micros empreendedores individuais ativos. Desta, constatou-se que apenas 33 possuem cadastro no MEI municipal. Diante disso, o estudo passou a segmentar os grupos de atuação, para descobrir qual grupo é mais atuante no município.

Gráfico 01 - Segmentação de MEI's Ativos com Inscrição Municipal



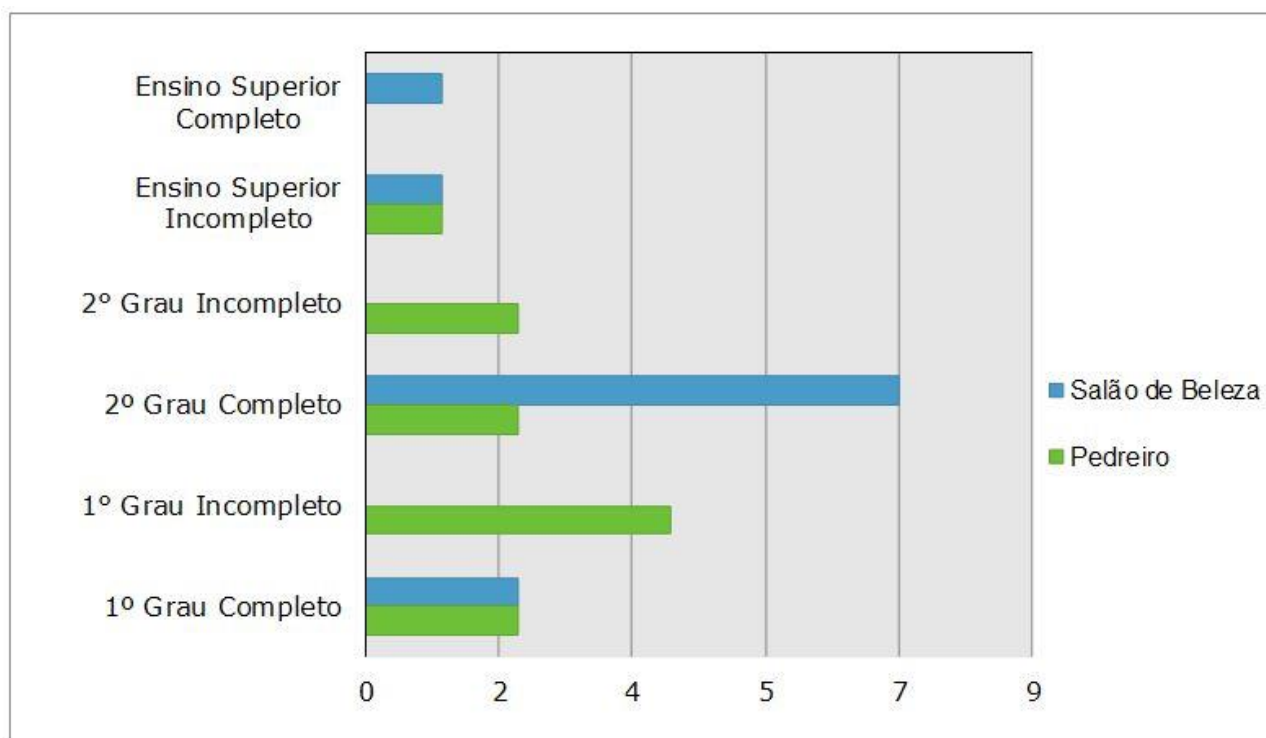
Fonte: Autores.

Após a segmentação como demonstra o Gráfico 01, foi possível perceber que o maior índice de atuação, se encontra nos seguintes segmentos: pedreiros e salões de beleza. Decidiu-se então que estes seriam os grupos a serem estudados.

Depois de identificado os dois grupos mais atuantes, aplicou-se, entre os dias 03 e 04 do mês de outubro de 2017, 22 questionários. Os grupos foram divididos entre os segmentos de construção civil, e salões de beleza. Estes dois segmentos, somam 66,66% dos empreendedores mais atuantes do município, ou seja, a amostra do público para este estudo.

Depois de aplicado os questionários, e feita à tabulação, identificou-se que no segmento de salões de beleza há uma predominância do público feminino 8/11 dos participantes, com idade que variam entre 19 e 48 anos, já o segmento dos pedreiros é de total predominância masculina 11/11, com idades entre 34 e 62 anos.

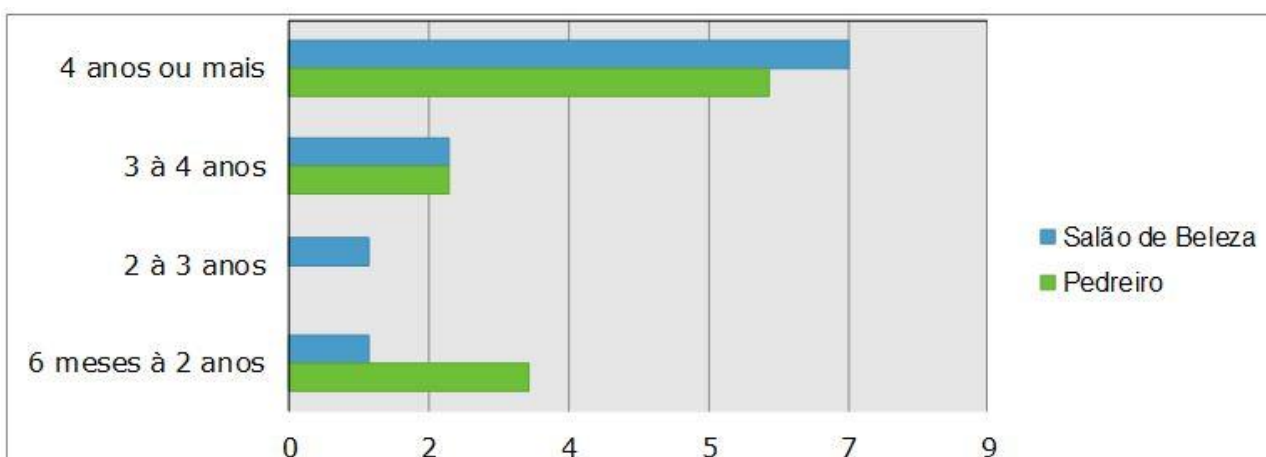
Gráfico 02 – Grau de escolaridade



Fonte: Autores

O gráfico 02, aponta que o grau de escolaridade dos pedreiros é inferior ao dos empreendedores de salão de beleza, pois dos 11 pedreiros apenas três possuem o ensino médio completo (2º grau completo). Já no segmento de salão de beleza, esse número é consideravelmente maior, são nove de um total de 11 participantes.

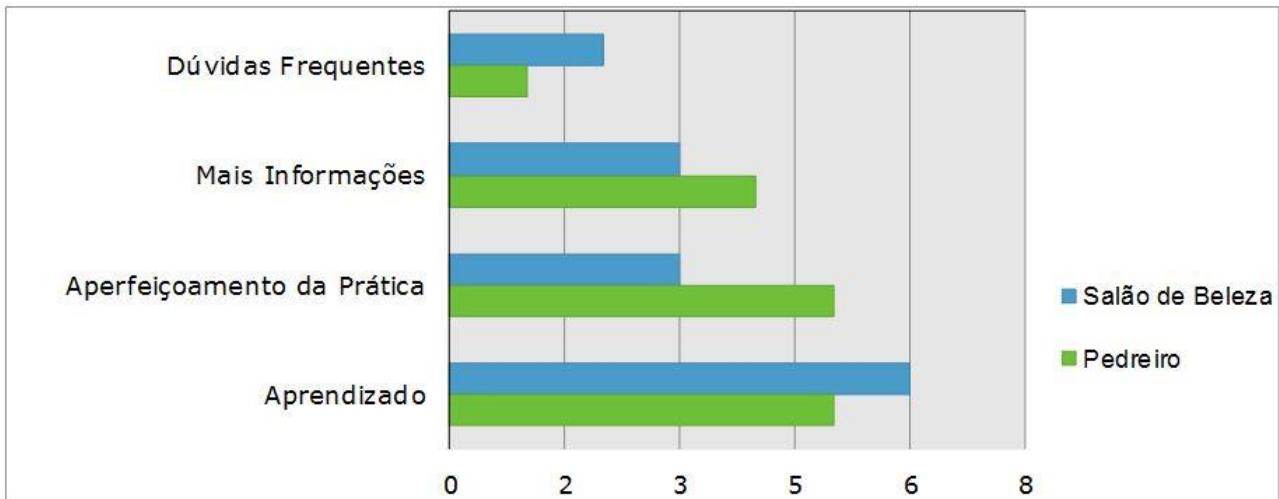
Gráfico 03 – Tempo de participação no MEI



Fonte: Autores.

O tempo de participação dos empreendedores no sistema MEI, mostra números muito parecidos. Do total geral estudado, mais de 50% do público, está a quatro anos ou mais inscrito no sistema MEI de Quedas do Iguaçu-PR.

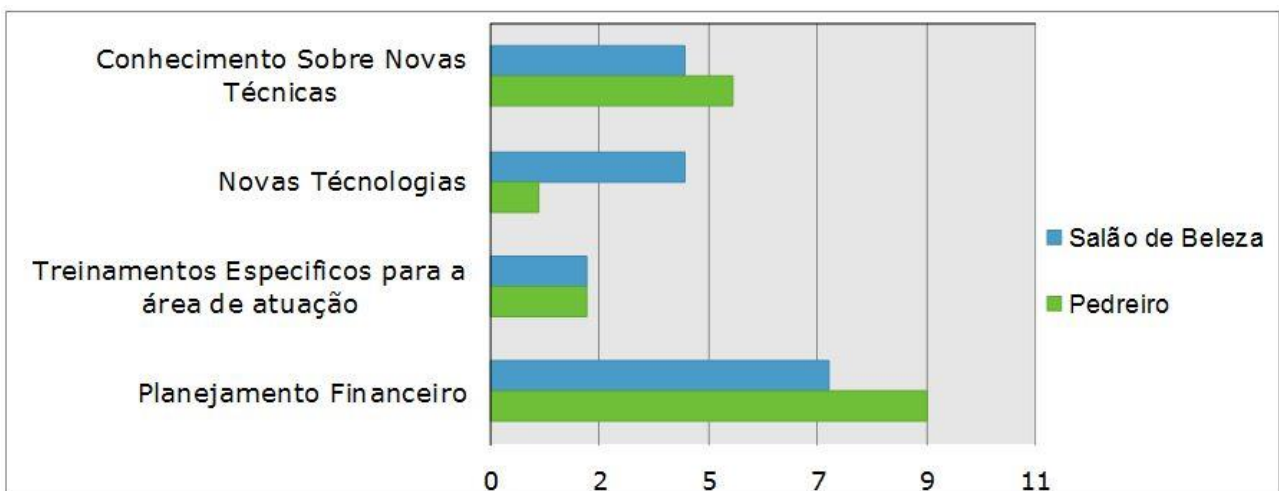
Gráfico 04 - Necessidade que leva os participantes as consultorias oferecidas aos MEI's



Fonte: Autores.

Nas necessidades que levam os empreendedores a participarem das consultorias oferecidas aos MEI's, o questionário abriu múltipla escolha, para escolha de até duas alternativas escolhidas pelo participante. Os números mostram também muita semelhança entre os segmentos, que na sua maioria desejam ter mais aperfeiçoamento prático, e também buscam mais aprendizado.

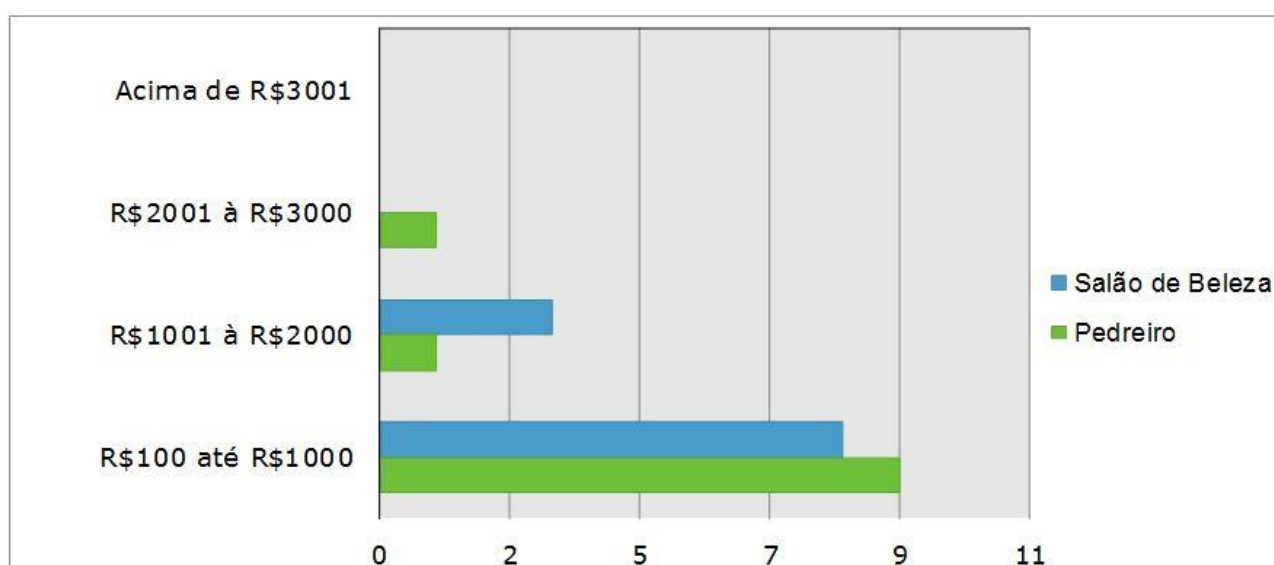
Gráfico 05 - Necessidades que pretendem suprir nas consultorias



Fonte: Autores.

Quanto às necessidades que ainda pretendem suprir, mesmo sendo uma questão de múltipla escolha, a alternativa que obteve maior índice, foi o da busca por melhor planejamento financeiro, isso se dá devido ao fato de não haver uma estrutura formal, ou seja, um curso específico para essa devida formação, uma vez que as consultorias servem mais para especificamente esclarecer dúvidas e obter aprendizado sobre algumas questões práticas do sistema não havendo assim efetivo apoio e principalmente um plano para seguir.

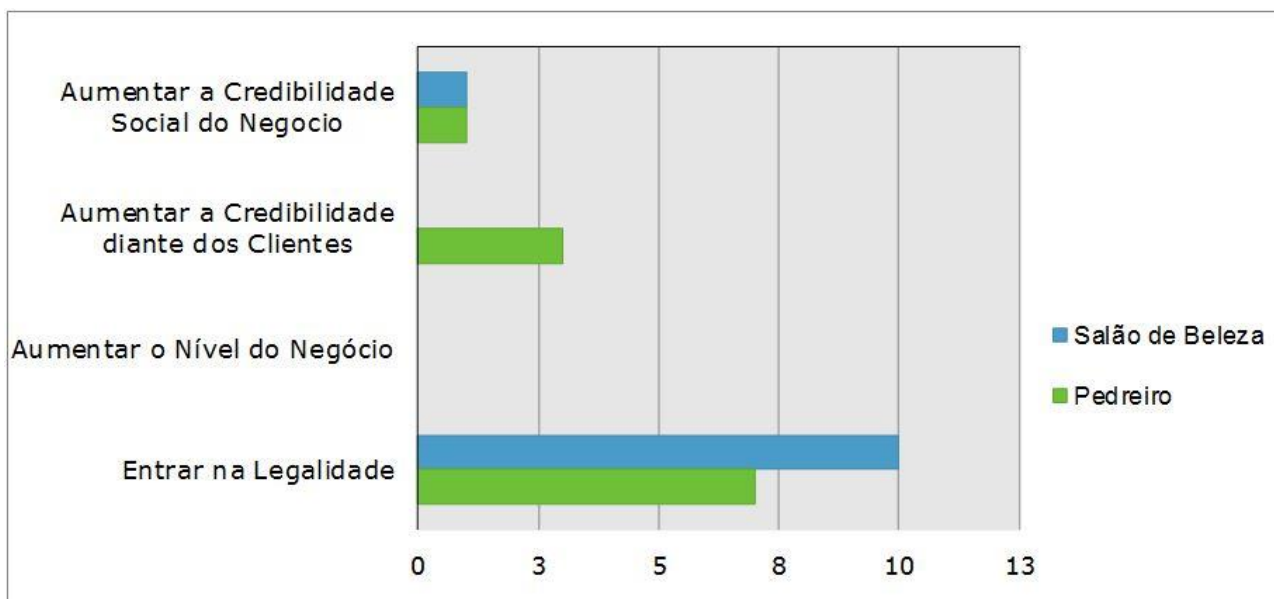
Gráfico 06 - Valor que se dispõe a pagar por curso disponibilizado pela ACIQI



Fonte: Autores.

Na questão sobre valores de cursos, que os empreendedores estariam dispostos a pagar identificou-se que, por estarem enquadrados como empresas de pequeno porte, ainda preferem a opção de menor custo, pois 17 dos 22 participantes consideram o valor viável não mais que R\$ 1.000,00. Nesse aspecto podemos observar que ainda há uma dificuldade e certa resistência a valores mais altos.

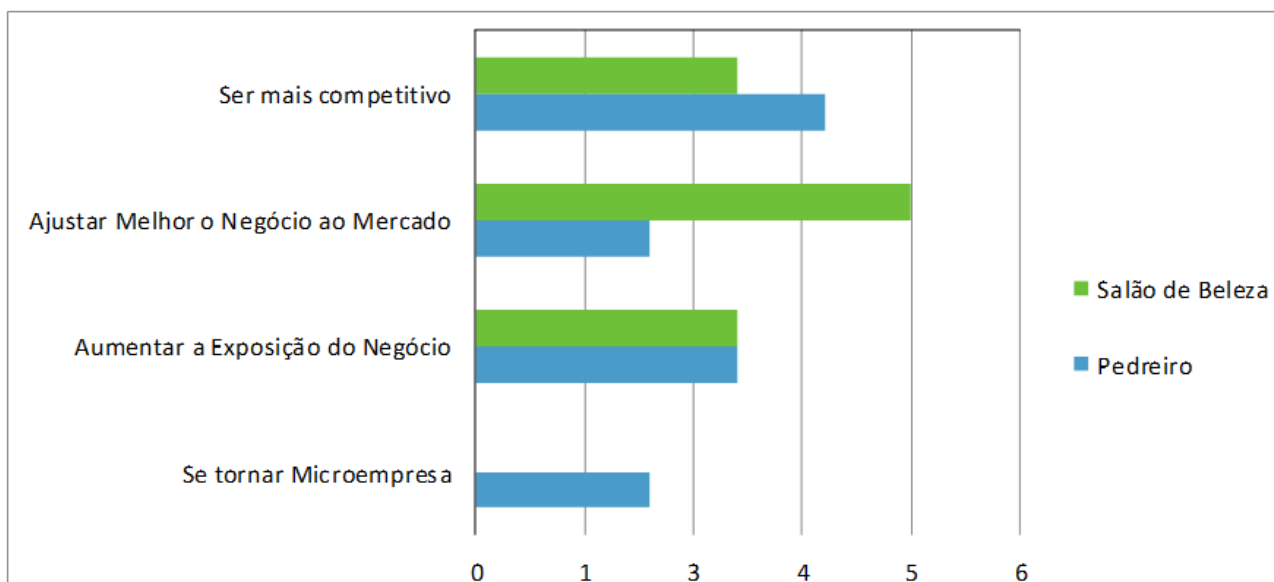
Gráfico 07 - Motivo de se adequar ao MEI



Fonte Autores.

Como no gráfico 7, também nessa questão é perceptível a grande evidência em uma das opções apresentadas, neste caso qual seria o motivo de se adequar ao sistema MEI. Identificando-se que os empreendedores em sua maioria, fizeram esta opção para entrar na legalidade.

Gráfico 8 – Pretensões futuras



Fonte: Autores

Diante de todas as respostas dos empreendedores é possível perceber que há uma grande vontade de melhorar o seu negócio e principalmente se manter como MEI. Tratam-se em sua



maioria, de pessoas com baixo grau de escolaridade, e que são cadastradas há bastante tempo, e estão atentas as mudanças do mercado. É importante frisar, que estes estão sempre em busca de mais aprendizado, e principalmente o de conhecer e desenvolver novas tecnologias. São pessoas físicas que compreendem o tamanho de seu negócio e por isso optam por preços mais acessíveis e competitivos, buscando assim mais capacitação.

Diante de todo contexto apresentado, pode-se perceber que a maior falha estratégica dessas empresas, está justamente ligada ao seu planejamento financeiro. Partindo desse ponto a "Escola de Empreendedores", visa apresentar uma proposta para que sejam cedidos cursos específicos sobre planejamento financeiro, para que através deste conhecimento sejam capazes de alcançar suas pretensões futuras.

A "Escola de Empreendedores" pretende fazer parceria com Prefeitura Municipal de Quedas do Iguaçu-PR através da sala do empreendedor e também com a Associação Comercial e Empresarial de Quedas do Iguaçu-PR (ACIQI), através dos cursos oferecidos.

O projeto visa se adaptar aos horários e condições dos participantes (MEI), inicialmente deve ser aplicado aos segmentos mais atuantes e posteriormente aos demais segmentos. O objetivo é manter um curso totalmente prático, agregando novas tecnologias e novas formas de se adaptar ao mercado. Que seja capaz de sanar as dúvidas, oferecendo conhecimento e desenvolvimento, e principalmente, adequado dentro do orçamento do MEI's.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi possível observar através do item das análises e discussões, o objetivo foi alcançado através dos passos apresentados na metodologia. Assim a implementação da "Escola de Empreendedores" visa atender o público dos MEI's da cidade de Quedas do Iguaçu-PR, e suprir a necessidade que foi identificada na pesquisa.

O estudo também mostrou que de certa forma o grau de escolaridade e a busca por conhecimento caminham inversamente, ou seja, quanto menor o grau de escolaridade, maior vem se tornando a necessidade pela busca de capacitação e aprendizado.



Por fim, vale salientar que este estudo foi realizado com apenas dois segmentos dos participantes do sistema MEI, o qual poderá ser replicado para mais segmentos, conforme a demanda de cada setor.

## REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. Pesquisa DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Atlas, 2004.

BANCO DO BRASIL. **Empreendedor individual.** Disponível em:

<<http://www.bb.com.br//portalbb/page44,108,10516,8,0,1,2.bb?codigoMenu=123&codigoNoicia=17799&codigoRet=10609&bread=3>> Acesso em 19 jul 2017

BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos.** 12.ed. Porto: Porto, 2003.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128,** de 19 de dezembro de 2008. Disponível em Acesso em: 19 jul 2017.

CAVALCANTI, M. **Gestão Estratégica de Negócios: evolução, cenário, diagnóstico e ação,** São Paulo: Pioneira, 2001.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2004.

\_\_\_\_\_. **Administração: teoria, processo e prática.** 3 ed. São Paulo: Makron Books, 2004. 416 p.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor.** 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas.** Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios.** 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Transformando ideias em negócios.** 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005



FERREIRA, A.A. **Gestão Empresarial**: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 1997.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2017. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/mapas/>>. Acesso em: 20/09/2017

LACOMBE, F. **Teoria geral da administração**. Saraiva, 2009.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Planejamento Estratégico**: Conceitos, Metodologia e Prática. São Paulo: Atlas, 2004.

\_\_\_\_\_. **Planejamento Estratégico**. 26ª ed, São Paulo: Atlas, 2009.

\_\_\_\_\_. **Introdução à administração**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2009

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de Metodologia Científica**. São Paulo, Pioneira, 1997.

ORLICKAS, E. **Modelos de gestão**: das teorias da administração à gestão estratégica. São Paulo: IBPEX, 2010.

P. DRUCKER, **Introdução a Administração**, São Paulo, Pioneira, 1984.

PORTAL DO EMPREENDEDOR . **Entenda o que é**. Disponível em:  
<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/modulos/entenda/oque.php>> Acesso em 19 jul 2017.

PORTES, M. R. **Fazendo do mercado o princípio e o fim dos esforços**: algumas reflexões sobre as posturas dos empreendedores de micro e pequenas empresas. Revista Angrad. V. 2, n. 1, p. 23-45, 2001.

RONSTADT, R. C. **Empreendedorismo**, 1984, p. 28.

RUDIO, F.V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

SANTOS, C.e S. PIETROVSKI E. F. **O grande desafio**: disseminar a cultura empreendedora no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 2003.

The logo for ECCI (Encontro Científico Cultural Interinstitucional) is displayed in a stylized, blocky font.

FAÇA PARTE: O FUTURO É AGORA

15º ENCONTRO CIENTÍFICO CULTURAL INTERINSTITUCIONAL  
1º ENCONTRO INTERNACIONAL



SERRAT, V. M. **Como ser um empreendedor individual**: Lei Complementar 128/08. [S.l: s.n.], 2011.

TIFFANY, P.; PETERSON, S. D. **Planejamento Estratégico**: o melhor roteiro para um planejamento estratégico eficaz. Rio de Janeiro, Campus, 1998.

YAREMKO, R. K; HARARI, H; HARRISON, R. C; e LYNN, E. **Manual de pesquisa e métodos quantitativos em psicologia**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1986.

ZIKMUND, W. G. **Métodos de pesquisa comercial**. 5.ed. Fort Worth, TX: Dryden, 2000.