

ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO INFORMAL NO BAIRRO DE FELIPE CAMARÃO NA CIDADE DE NATAL



Rosiane Rocha Rafael¹
Josué Vitor de Medeiros Júnior²

RESUMO

Analisou-se o empreendedorismo informal no Bairro de Felipe Camarão na cidade de Natal/RN, através de uma pesquisa exploratória descritiva com uma amostra aleatória de 137 empresas. Constatou-se que a maioria das empresas é administrada por mulheres, faixa etária de 31 a 50 anos, cujos empreendimentos caracterizam-se principalmente pelo comércio, atuando no mercado há mais de 6 anos. Além disso, a maioria é informal, embora grande parte dos empreendedores deseje sair da informalidade, no entanto, vêm na burocracia um entrave para se tornarem formais. Quase um terço recebe incentivos financeiros de órgãos governamentais e a maioria deseja continuar no negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Informalidade. Empreendedorismo Informal.

¹ Discente da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte – FARN. E-mail: rosiane@farn.br.

² Professor da Graduação e Pós-Graduação dos Cursos de Administração e Bacharelado em Sistemas de Informação da FARN e Mestre em Administração. E-mail josuevitor@farn.br

ANALYSIS ON THE INFORMAL ENTREPRENEURSHIP IN FELIPE CAMARÃO NEIGHBORHOOD IN THE CITY OF NATAL

ABSTRACT

The informal entrepreneurship in Felipe Camarão, Natal/RN, is examined through a descriptive survey with a random sample of 137 companies. It was found that most companies are administrated by women, aged from 41 to 50 years, who have been working in the market for over 6 years and whose business is mainly characterized by trade. Moreover, the majority is informal, although much of the entrepreneurs want to get out of informality. However, they see the bureaucracy as an obstacle to formalize their businesses. Finally, almost one-third of these companies receive financial incentives from government and most of them want to continue in the business.

Keyword: Entrepreneurship. Informality. Informal Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

A economia ao longo do tempo vem passando por constantes transformações, seja ela no âmbito econômico ou cultural. Uma dessas transformações - a econômica - vem trazendo para a sociedade a prática de alternativas de trabalho, tanto para a obtenção de renda para a própria sobrevivência, como para a realização pessoal e profissional dos empreendedores.

Muitos escolhem como alternativa a prática do empreendedorismo informal, levando pessoas de diversas culturas, classes e lugares a viverem dentro de um mundo conhecido como a informalidade. Por um lado, tem-se uma sociedade regida por costumes, tradições e leis, compondo o empreendedorismo formal. Por outro lado, uma parcela da sociedade que por muitas vezes não consegue acompanhar as transformações, como o avanço tecnológico, torna-se forçada a fazer parte da informalidade resultante das dificuldades encontradas ao longo da vida.

Uma das divergências entre estes setores (formal e informal) é a maneira de crescimento das empresas. Enquanto que no mercado formal há maiores possibilidades de crescimento utilizando ferramentas para a captação de recursos, como empréstimos, parcerias confiáveis e duradouras, os informais enfrentam a falta de conhecimentos e de estratégias para a prática do empreendedorismo e de leis que os impulsionem para a formalização do empreendimento.

A existência do comércio informal na periferia da Cidade do Natal, no Bairro de Felipe Camarão, tem contribuído para uma transformação relacionada à formação do comércio em geral desse bairro, ou seja, tem tornado o mesmo heterogêneo, pois tanto é composto por empreendimentos formais de pequeno a grande porte como por empreendimentos informais que se destacam pela sua grande quantidade.

Essa participação informal é cada vez mais freqüente principalmente por não existir uma fiscalização por parte dos órgãos competentes e pela falta de capacitação por parte dos empreendedores situados nessa região. A presença da concorrência no bairro tornou-se uma das barreiras para que os empreendedores possam atingir de forma estratégica uma demanda de clientes, com isso, a oferta de produtos torna-se cada vez maior e mais variada. Nas ruas do bairro podem-se observar empreendimentos diversos, tais como: mercadinho, cigarreira, lanchonete, supermercado, farmácia, escola, sorveteria, armarinho e bar. Estes são caracterizados por

possuírem diversos portes, tendo administradores de diferentes níveis de escolaridade e sendo criados inicialmente na própria casa do empreendedor, na garagem de casa ou na calçada em frente da casa.

Neste contexto, enquanto alguns empreendimentos estão em fase de crescimento, outros depois de um curto período de tempo fecham suas portas por não suportarem a grande concorrência, pela falta de conhecimentos necessários para administrar com sucesso o empreendimento e pela falta de atualização de informações diante das mudanças no mercado. Em seguida, renasce uma nova tentativa de empreender, voltada muitas vezes para outro ramo de atividade antes não vivenciada, tendo como objetivo o mesmo do negócio anterior.

Diante disso, o presente artigo objetiva conhecer as razões para a presença do Comércio Informal no Bairro de Felipe Camarão, na Periferia da Cidade do Natal/RN. Para tanto, será realizada uma caracterização do perfil de empreendedores e dos empreendimentos do bairro; conhecidas as motivações que levaram os empreendedores a iniciarem o negócio no Bairro de Felipe Camarão e identificadas as dificuldades encontradas pelos empreendedores para se tornarem formais.

2 METODOLOGIA

O estudo constituiu-se de métodos exploratório-descritivos, objetivando a exploração do ambiente escolhido, de forma a levantar um diagnóstico dos fatores de influência para a presença do comércio informal no bairro de Felipe Camarão. O estudo é também caracterizado como quantitativo.

O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário, formado por 12 perguntas tanto abertas quanto fechadas, de maneira que sete questões objetivaram realizar um levantamento das razões que levaram os empreendedores a abrirem seus empreendimentos de maneira informal e as demais cinco questões buscaram conhecer o perfil dos empreendedores entrevistados. Em um universo de 419 empresas, foi pesquisada uma amostra aleatória com 137 das empresas pesquisadas, apresentando um índice de 7% de possibilidade de erros e 95% de nível de confiabilidade. Todos os pesquisados eram proprietários do empreendimento.

Após a elaboração e aplicação do instrumento de pesquisa, deu-se a construção de gráficos com suas respectivas análises, obtendo assim resposta para a questão da pesquisa e os objetivos específicos.

3 EMPREENDEDORISMO E A INFORMALIDADE

3.1 Empreendedorismo

A origem do termo empreendedorismo possivelmente partiu de um navegador por nome Marco Pólo, que passou a administrar rotas marítimas com visão de lucro e sucesso, enfrentando riscos incalculáveis. Para alguns estudiosos, John Law, conhecido como um empreendedor francês na idade média, conseguiu empreender um grande negócio, gerando como resultado o crescimento empresarial, levando a empresa a ser tornar uma franquia com formação comercial no Novo Mundo. (HISRICH; PETERS, 2006).

No Brasil, o termo "empreendedorismo" passou a ser utilizado, com grande ênfase, a partir da influência gerada pela criação de cursos na área de administração e da presença do Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Sociedade Brasileira para a Exportação de Software (SOFTEX) que estimulou o movimento do empreendedorismo gerando a criação de novas empresas de software. Essas entidades passaram a utilizar práticas como palestras, cursos, investimentos, consultorias e formação de incubadoras que têm provocado o favorecimento cada vez maior da sociedade brasileira para a prática de empreender, aumentando o interesse sobre o assunto.

Hisrich e Peters (2006, p. 9) afirmam ainda que o empreendedorismo é o processo de criar algo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação: a independência econômica e pessoal

Muitos autores caracterizam o empreendedorismo como um "fenômeno" que está ligado diretamente à evolução da sociedade, e que o principal objeto é o empreendedor, sendo caracterizado como aquele que gerencia grandes projetos de produtos sem assumir grandes riscos, utilizando os recursos fornecidos pelo governo do país. (DORNELAS, 2001).

Portanto, não há como definir este conceito, que na verdade é um processo, sem deixar de definir o empreendedor enquanto sujeito responsável por realizar este processo.

3.2 O Empreendedor

O empreendedor é conhecido com a pessoa principal do mundo do empreendedorismo, sendo caracterizado como aquele que possui a capacidade

de inovar, tendo paixão pelo que faz, buscando a diferenciação no mercado e ser reconhecido e admirado. Para Dornelas (2001), o empreendedor é aquela pessoa para quem não basta apenas ter um sonho e tentar realizá-lo, mas é preciso estar ciente de que ao longo da trajetória haverá riscos inesperados que deverão ser vencidos e que nesse momento é preciso confiar em si mesmo e ter a perseverança em continuar no caminho. É preciso também ter vontade de aprender, objetivando atingir metas estabelecidas através da persistência e perseverança.

De acordo com Hisrich e Peters (2006), ao longo do tempo tem se criado conceitos para que possam definir e caracterizar a pessoa do empreendedor, resultado de uma evolução existente ao longo do tempo, à medida que ocorre a mudança da estrutura econômica. Na noção de empreendedor passaram a ser incluídos conceitos que relacionam o termo com a pessoa em vez de com sua ocupação, tornando presentes critérios como riscos, a inovação e a criação de riquezas, resultado da evolução do estudo sobre a criação de novos negócios. Birley e Muzyka (2001) definem empreendedor como pessoa orientada a realizar trabalhos não repetitivos e rotineiros e que gosta de assumir responsabilidades por suas decisões tomadas.

Segundo Dornelas (2001, p. 37), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Assim, caracteriza-se como alguém disposto a criar novos contextos e formatos organizacionais na sociedade.

Kerzner (apud DORNELAS, 2001, p. 37) afirma que "o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente".

Se empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, para Degen (1989) esse equilíbrio parte de que ser empreendedor não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou criar algo novo, ser empreendedor tem um custo que muitas pessoas não estão dispostas a pagar, pois o empreendedor sabe o valor do seu tempo e procura utilizá-lo de forma que o impulse na busca de seus objetivos.

3.3 Economia informal

A disseminação do conceito de economia informal partiu de uma reestruturação no modo de produção existente, tendo em vista que a sociedade havia passado a conviver com modelos de trabalhos e técnicas mais

eficientes do que as de antes, resultando no controle dos custos de produção, ocasionando um forte impacto negativo na mão-de-obra assalariada, e conseqüentemente, este contexto passou a acarretar um grande número de pessoas desempregadas, forçadas a procurar novos meios de sobrevivência (SEBRAE, 2005).

Quando se trata da economia informal, muitos já relacionam os trabalhadores autônomos, situados em uma faixa da sociedade classificada como pobres, como camelôs, prestadores de serviços, ambulantes, artesãos, empregados domésticos, entre outros. Esse setor não se limita apenas pela presença desses componentes, mas se apresenta como um setor mais amplo compreendendo os trabalhadores por conta própria, os profissionais qualificados que trabalham sem vínculo empregatício e os empregadores com até cinco empregados, conhecidos como “pequenos negócios”, sendo registrados ou não, individuais ou familiares, com produção em pequena escala e baixo nível de organização. (MACIEL et al., 2007).

É comum na sociedade confundir-se os conceitos de informal e de informalidade. Enquanto o setor informal apresenta-se como “unidade de produção” que engloba produção de pequeno porte, a informalidade está relacionada ao “não cumprimento das normas de proteção ao trabalhador (a falta de contribuição para a previdência social, entre outras obrigações que trazem benefícios para o trabalhador)”.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da análise dos resultados, foi possível perceber o perfil dos administradores do bairro, proprietários dos empreendimentos pesquisados: mais da metade é de mulheres (61,29%), o que demonstra uma predominância empreendedora do sexo feminino no bairro, seja para sustentar a família, seja para complementar a renda do marido.

Estas mulheres encontram-se, em sua maioria, na faixa etária entre 31 e 40 anos (29,03%) e entre 41 e 50 anos (38,71%), possuindo nível de escolaridade ainda básico, tendo em vista que o fundamental incompleto (25,80%) e o ensino médio completo (35,48%) totalizaram a maioria dos empreendedores (61,28%).

Segundo a pesquisa, a atividade produtiva predominante no bairro é o comércio, representando 93,55%, estando a indústria, o serviço e o artesanato com o percentual restante. Esta predominância do comércio pode ser reforçada pelas atividades exercidas no bairro, sendo mercearia (29,03%),

armarinho (25,81%), papelaria (9,68%) e confecções (6,45%) os negócios mais existentes no bairro.

Quanto ao tempo de atuação, destes empreendedores, constatou-se que 32,26% estão entre 6 e 10 anos à frente dos negócios, e 29,03% acima dos 11 anos de atuação, demonstrando a experiência já adquirida pela maioria deles.

Quanto à quantidade de empresas informais e formais, percebe-se no Gráfico 1 uma superação na quantidade das primeiras em relação às últimas. Em termos percentuais, com diferença de mais de 22%, a presença de empresas informais no bairro ainda prevalece, representando 61,32%, o que corresponde a quase dois terços das empresas pesquisadas, enquanto que as formais representam um índice de 38,68%.

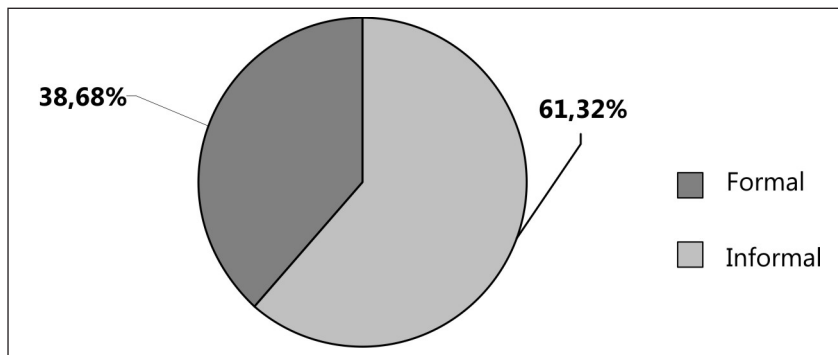


Gráfico 1: Empresas formais X Empresas Informais

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

Dentre as empresas informais pesquisadas, percebe-se no Gráfico 2 que a maioria, ou seja, 52,63 %, pretende formalizar-se, enquanto que 42,10% pretende manter-se na informalidade.

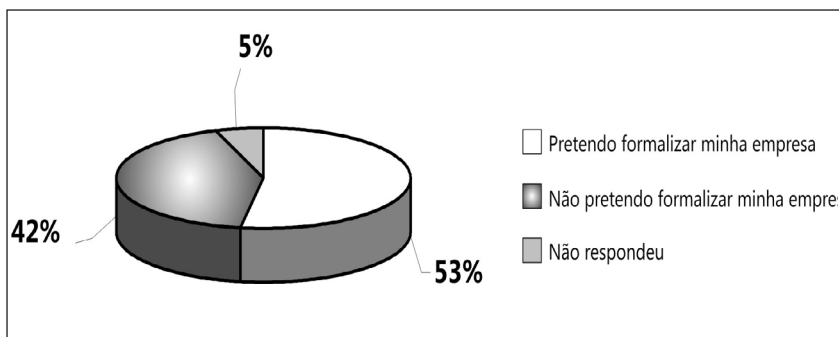


Gráfico 2: Empresas Informais que desejam se formalizar.

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

Dentre os motivos para se tornarem formais, a obtenção de capital de giro, o gerenciamento eficiente de estoque e o melhor relacionamento com fornecedores obtiveram 50% dos pesquisados (estes integraram a resposta "outros motivos"). A necessidade de obtenção de crédito, a maior segurança e a possibilidade de crescimento obtiveram cada uma 12,50% de respostas dos empreendedores.

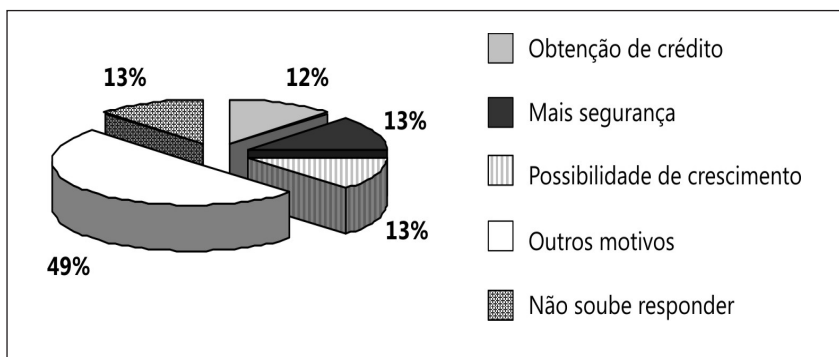


Gráfico 3: Motivos para a formalização do empreendimento

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

Por outro lado, quanto aos principais entraves para a formalização dos empreendimentos, 57,89% dos empreendedores justificaram a burocracia como grande dificuldade para se formalizarem. A quantidade insuficiente de capital para ser usada no processo de formalização foi respondida por 10,53% como sendo uma dificuldade e o restante não soube responder.

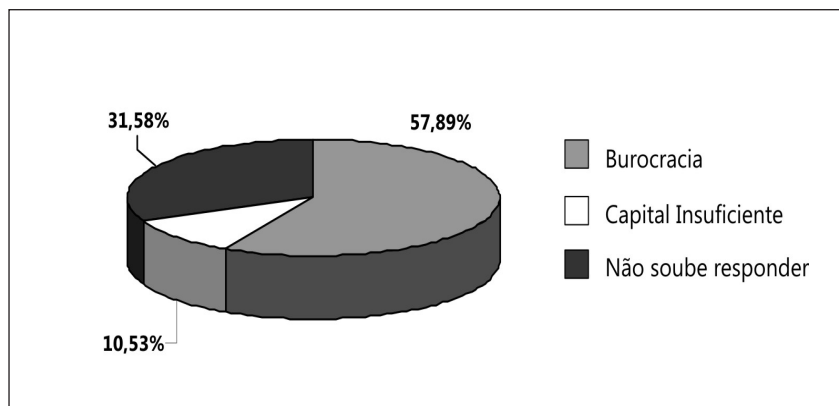


Gráfico 4: Principais dificuldades existentes para a formalização dos empreendimentos

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

Aproximadamente um terço das empresas recebe incentivos diversos por parte de órgãos governamentais ou instituições diversas, como o SEBRAE ou o Banco Popular do Brasil, para dar suporte as suas atividades administrativas. A principal natureza destes incentivos é financeira, onde 55,56% dos empreendedores recebem este tipo de incentivo. No entanto, orientação empreendedora também é um incentivo que recebem, representando apenas 11,11% das respostas.

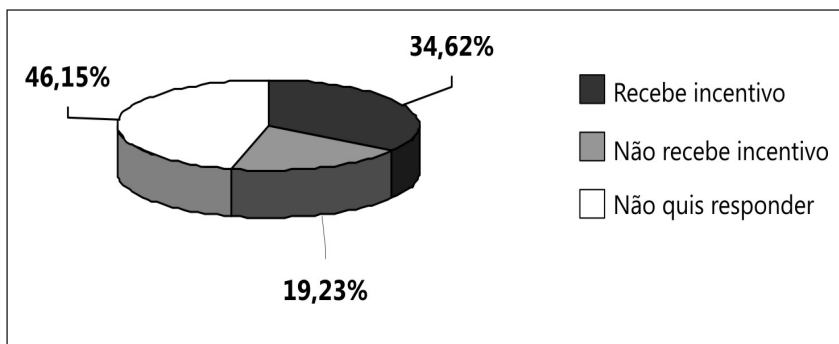


Gráfico 5: Empresas que recebem incentivos para administrar o negócio

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

Apesar das dificuldades levantadas e dos entraves encontrados no mercado, 80,64% dos empreendedores pretendem continuar no negócio em que estão, enquanto que uma parcela menos significativa pretende abandonar a atividade e buscar emprego (9,68%) ou entrar em outro ramo de atividade (9,68%).

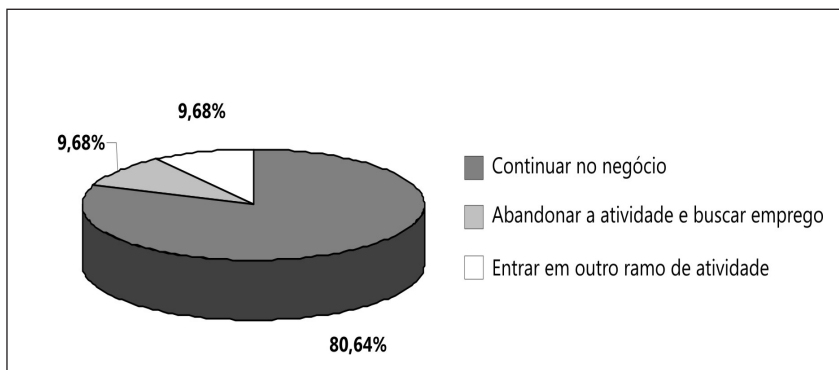


Gráfico 6: Expectativas futuras do empreendedor

Fonte: Dados da Pesquisa (2008).

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

A partir da pesquisa realizada, pôde-se constatar que a maioria das empresas estabelecidas no bairro de Felipe Camarão é formada por empresas informais. Apesar da situação de marginalidade em que a maioria se encontra, grande parte pretende iniciar o processo de formalização, motivados principalmente pela obtenção de crédito junto a instituições financeiras, uma maior segurança que podem vir a ter diante das fiscalizações realizadas por órgãos governamentais e por causa da possibilidade de crescimento do negócio. Estes motivos demonstram a conscientização destes empreendedores quanto à importância da formalização de seus empreendimentos.

No entanto, pôde-se constatar a baixa escolaridade destes empreendedores, bem como a quantidade mínima de incentivos direcionados à orientação por parte dos órgãos (treinamentos acerca de ferramentas administrativas, por exemplo), que basicamente fornecem recursos financeiros para os negócios.

Por outro lado, eles também vêem na burocracia um considerável entrave para darem início ao processo de formalização. Isto pode estar ocorrendo pelo desconhecimento que os empreendedores têm ou mesmo inacessibilidade aos meios para se tornarem formais, sendo um importante papel do governo prover incentivos através de cursos, treinamentos e palestras sobre esta facilidade, além de fornecer uma estrutura de atendimento direcionado a estes negócios no próprio bairro.

Constata-se, portanto, que os empreendedores entendem que o desenvolvimento de seus negócios em longo prazo depende do acesso a facilidades disponíveis para empresas formalizadas e que tornar-se formal é uma questão de sobrevivência para eles. Suas expectativas futuras dão margem a esta afirmativa: a maioria pretende continuar no negócio em que se encontra.

Com relação a possibilidades de trabalhos futuros, pode-se analisar e detalhar ações que poderiam ser mais viáveis enquanto consequência de políticas públicas a fim de transformar a realidade dos negócios do bairro. Além disso, levantamentos sobre as principais dificuldades relacionados aos conceitos e ferramentas da administração das empresas poderiam ser feitos, visando a um aumento na competitividade da empresa. Por fim, um estudo que analise negócios na área de serviços poderia servir de motivação, já que empreendimentos nesta área representam uma minoria.

REFERÊNCIAS

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron Book, 1989.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MACIEL, Marcos Eduardo Rodrigues et al. **Empreendedorismo por necessidade e a Economia Informal**: a realidade do Shopping Popular Tupinambás em Belo Horizonte. 2007. Disponível em: <al.http://www.face.ufmg.br/pet/multiface/v1_n2/Multiface_v1_n2_KLEICHEN_et_al_Empreendedorismo_por_necessidade.pdf> Acesso em: 21 maio 2008.

SEBRAE. **Empreendedorismo**: perfil do futuro profissional da informação. 2005. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/momento/o-que-o-sebrae-pode-fazer-pormim/integra_documento?documento=8434C6624095C8D903256FCB0062ACA1>. Acesso em: 21 maio 2008.

