

EMPREENDEDORISMO: O DIRECIONAMENTO DOS RECURSOS PÚBLICOS NAS AÇÕES EMPREENDEDORAS: ANÁLISE SITUACIONAL DO SEBRAE - TEFÉ

ENTREPRENEURSHIP: THE TARGETING OF PUBLIC RESOURCES IN ENTREPRENEURIAL ACTIONS: SITUATIONAL ANALYSIS OF SEBRAE - TEFÉ

Área Temática: Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade

FURTADO, Ana Hilcy Matos¹

MENEZES, Francielle da Silva²

FURTADO, Kelbia Matos³

DUTRA, Jurandir Moura⁴

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

RESUMO

O presente estudo objetiva identificar o direcionamento dos recursos públicos nas ações empreendedoras: análise situacional do SEBRAE em Tefé/AM em relação ao cotidiano profissional das instituições empreendedoras, no que diz respeito ao comportamento da instituição no oferecimento de cursos e eventos. Sendo as principais atribuições com serviços e produtos ofertados, assim como a execução dessas atividades e se há observância dos normativos legais na prestação do serviço público. As reflexões acerca deste tema vêm de encontro com as exigências dos próprios empreendedores de nossa atualidade, sob a ótica da responsabilidade socioambiental, da transparência orçamentária, da prevenção e combate à lavagem de dinheiro, ao terrorismo e à corrupção, em uma maior participação de ações que agreguem valor de negócio para os próprios empreendedores. Na metodologia, utilizou-se pesquisas qualitativa e quantitativa, entrevistas com empreendedores de diferentes ramos de economia e questionário aplicado a uma amostra de 9 (nove) empreendedores, na cidade de Tefé/AM. Logo, constatou-se que a prática de cursos e eventos do SEBRAE/Tefé para todos os empreendedores, visando crescimento dos empreendimentos e aplicação dos recursos, trazendo inovações de negócios, principalmente tecnológicas, tanto na esfera municipal, estadual ou federal, é de relevante importância para a melhoria, não somente da instituição, como também a coletividade, pois sua gestão pauta-se no caráter imprescindível do crescimento da economia municipal referente a outros municípios e até mesmo da capital.

Palavras-chave: Recursos, pequenos empreendimentos, Empreendedorismo.

ABSTRACT

The presente study aims to identify the direction of public resources in entrepreneurial actions: situational analysis of SEBRAE in Tefé/AM in relation to the professional daily life of entrepreneurial institutions, with regard to the institution's behavior in offering courses and events. Being the main attributions with services and products offered, as well as the

¹ anahilcyfurtado@gmail.com

² francy_menezes@hotmail.com

³ kelbia25@gmail.com

⁴ jurandirdutra@ufam.edu.br

execution of these activities and if there is compliance with the legal regulations in the provision of the public service. The reflections on this theme meet the demands of today's entrepreneurs themselves, from the perspective of socio-environmental responsibility, budget transparency, prevention and combating money laundering, terrorism and corruption, in a greater participation of actions that add business value to the entrepreneurs themselves. The methodology used qualitative and quantitative research, interviews with entrepreneurs from different branches of economics and a questionnaire applied to a sample of 9 (nine) entrepreneurs, in the city of Tefé/AM. Therefore, it was found that the practice of courses and events of SEBRAE/Tefé for all entrepreneurs, aiming at the growth of enterprises and application of resources, bringing business innovations, mainly technological, both at the municipal, state or federal level, is relevant importance for the improvement, not only of the institution, but also for the community, since its management is based on the essential character of the growth of the municipal economy referring to other municipalities and even the capital.

Key words: Resources, small enterprises, Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, a partir da década de 1990, o empreendedorismo no setor público surgiu a partir das reformas administrativas, e teve como objetivo a adaptação relacionada as características da administração privada ao setor público, para que pudessem proporcionar uma gestão focada na criação de órgãos, cargos e propostas inovadoras. O empreendedorismo torna-se então, um elemento fundamental para a garantia de um serviço público de qualidade.

Na reforma administrativa, buscando adequar as instituições públicas às exigências da nova era, sob a influência do gerencialismo, formou-se uma abordagem reformista no sistema de administração pública federal, onde tem como referência as práticas gerenciais do setor privado para o setor público, contudo, no contexto brasileiro (HOOD, 1991; HUGHES, 1994). Nessa perspectiva, um aspecto do gerencialismo, a New Public Management (NPM), norteou o Plano Diretor Nacional de reforma institucional do Brasil, responsável pela reforma gerencial de 1995 e a nova gestão pública brasileira (PEREIRA, 2000).

A NPM consiste em um modelo de administração pública, que teve como ponto de partida em seu discurso o entendimento de que as organizações públicas poderiam ser gerenciadas nos moldes das organizações privadas, promovendo uma nova interpretação para este contexto, e admitindo que a gestão poderia contribuir para uma nova forma de governo, tornando o setor público mais eficiente e moderno.

Adiante, Silva, Valadares e Andrade (2016) dizem claramente que:

A partir das ideias consubstanciadas na perspectiva da NPM, a União adotou novas práticas administrativas, nas quais, o empreendedorismo se destacou. Nesse contexto, criou-se o Programa Nacional de Gestão Pública e Desburocratização – GESPÚBLICA – que tinha em sua base a discussão sobre uma gestão pública mais desburocratizada, competitiva e empreendedora (p. 57).

A necessidade de destinar melhor os recursos públicos e obter maior efetividade nos serviços ofertados, são pontos essenciais e que insistentemente são dialogados para que haja

mudanças, assim como no setor público, e isso poderá ocorrer por meio de ações inovadoras, como consequência das perspectivas da Administração Pública Gerencial.

Nesse sentido, algumas ações baseadas em administração estratégica foram introduzidas no setor público. Uma delas é o empreendedorismo que, segundo Borges, Romaniello e Brito (2013), corroborado por Valadares e Emmenddoerfer (2015), enunciam que, durante muito tempo esteve ligado principalmente ao setor privado.

No entanto, nos últimos anos a Administração Pública vem buscando novas formas de conduzir e atender as necessidades do cidadão, por meio da inovação, flexibilidade, proatividade e tomada de decisão, como a melhor maneira para a eficácia das ações governamentais.

Com a criação do Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), antes focado nos pequenos negócios, e com o passar do tempo voltou-se para o setor público, pois, os gestores dessa instituição perceberam que a Administração Pública teria um papel fundamental no fortalecimento dos pequenos negócios, sobretudo no que concerne às políticas públicas regulatórias desse contexto.

Dessa forma, o tema abordado tem como objetivo principal analisar os fluxos e direcionamentos dos recursos públicos convergentes às ações empreendedoras oportunizadas pelo Sebrae - Tefé, onde percebe-se que o empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social nas esferas Federal, Estadual e Municipal.

Assim sendo, a nossa discussão permeará por meio das características organizacionais, se essas influenciam ou não na adoção de ações empreendedoras, e para isso, possuímos a seguinte questão norteadora: De que forma os recursos públicos são importantes e suficientes para estimular a atividade empreendedora?

A entidade SEBRAE em Tefé/AM, tornou-se o objeto do nosso estudo, pois atua efetivamente por meio de ações e projetos voltados para o empreendedorismo público, bem como, contribuindo com resultados significativos no fomento do município.

O principal objetivo da pesquisa foi analisar os fluxos e direcionamentos dos recursos públicos convergentes às ações empreendedoras em relação aos serviços e produtos ofertados pelo SEBRAE em Tefé/AM.

Assim, definido o objetivo geral para estudo, tomou-se os seguintes objetivos específicos: Identificar as ações empreendedoras oportunizadas pelo SEBRAE - Tefé; Discriminar as fontes de recursos públicos destinados às ações empreendedoras; Construir taxa de sucesso/retorno do investimento público de fomento ao empreendedorismo e; Analisar os casos de sucesso associando-os à atividade econômica empreendida.

Esse artigo justifica-se pelo levantamento da discussão de como os recursos públicos são importantes e suficientes para estimular a atividade empreendedora, bem como, verificar se o SEBRAE auxilia os parceiros na postura dos empreendedores e no exercício da profissão. Nesse sentido, busca-se observar a conduta dos empreendedores nos diversos ramos de economia na cidade de Tefé/AM.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O Empreendedorismo e as Ações Empreendedoras no Setor Público

O termo empreendedorismo surgiu na França entre os séculos XVII e XVIII, designando pessoas ousadas que buscavam novas formas de agir fazendo o progresso econômico.

Para Dornelas (2003) o “Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar de forma incessante, novas oportunidades de negócios, tendo como foco a inovação e a criação de valor”. Empreender requer esforço, dedicação e muita força de vontade para conceber algo inovador, e mesmo que o empreendimento seja aplicado em algo tradicional, ter uma visão de futuro, é fator essencial e o alicerce para usufruir dos benefícios financeiros e sociais que serão conquistados no decorrer de sua carreira.

Para ser empreendedor é necessário procurar soluções inovadoras de forma criativa, utilizando os recursos disponíveis e o mínimo de tempo necessário para que possa suprir as necessidades do consumidor (PIMENTEL, 2008). No entanto, o conceito de empreendedor pode ser estendido a todos que contribuem com ações para a construção de algo de valor para a sociedade.

Muitas pessoas têm consigo o chamado “espírito empreendedor”, essas possuem a competência e facilidade para colocar em prática suas ideias inovadoras. E é nesse sentido que o autor Drucker (1987) relata que a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. A inovação pode ser apresentada como uma disciplina, podendo aprendida e praticada. Os empreendedores precisam buscar, como propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e os sintomas que indicam as oportunidades para que uma inovação tenha êxito, necessitando de novos conhecimentos para pô-las em prática, a partir dos seus princípios, para que a ação seja bem-sucedida.

Para obter sucesso, o empreendedor deve ser capaz de identificar oportunidades que possam gerar maiores resultados, através dos recursos disponíveis para transformá-las em um negócio de sucesso (PIMENTEL, 2008).

O empreendedor costuma ser visionário, por exemplo: a castanha do Pará, que para muitos é apenas uma fruta comestível, para o empreendedor, torna-se uma fruta com diversas oportunidades de negócio, podendo gerar renda e ser exportada e importada para outros estados e países. E com o apoio do SEBRAE, é possível colocar em práticas as suas ideias e inovações. E isso é reforçado por Drucker (2002), o autor relata que a inovação é o meio pelo qual empreendedores exploram mudanças como uma oportunidade para implementar uma maneira diferente de atuar, um diferente serviço, produto, processo ou negócio.

Para nosso esclarecimento, existem abordagens que a literatura científica considera como essenciais para compreender a evolução da teoria relacionada ao empreendedorismo. Os estudiosos Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter, são considerados os maiores influenciadores da teoria sobre o empreendedorismo. É importante destacar que além dos autores citados, Max Weber e David McClelland tiveram contribuições fundamentais para o direcionamento efetivo da teoria do empreendedorismo na gestão pública.

A sociedade contemporânea tem buscado novos modelos de gestão para que seja representada, sendo assim, o empreendedorismo tem sido agregado pela gestão pública através da New Public Management (NPM), onde ganhou maior visibilidade no setor público, com o objetivo de melhorias quanto à prestação de serviços públicos aos cidadãos. Foi através da NPM, que o termo empreendedorismo passou a ser visto como um modelo estratégico e inovador para a gestão pública (VALADARES, 2016).

O empreendedorismo no setor público surge como uma ferramenta e possui como objetivo desenvolver e oferecer serviços de qualidade com estratégias inovadoras, capazes de obter resultados significativos e aprimorar processos existentes, com o intuito de alcançar o nível de satisfação dos usuários.

Nesse intuito, Souza e Paiva Junior (2010) relatam que:

Há necessidade de se abordar o empreendedorismo público como fenômeno social, coletivizado e de interação social, tal como tem sido sugerido por autores nórdicos em contraposição ao empreendedorismo atomístico que minimiza ações de cunho coletivo. Nesse sentido, o ator que empreende no setor público será um agente construído socialmente e no diálogo coletivizado incrementará o espírito do empreendedor (p. 4).

A ação empreendedora tem um grande impacto sobre o crescimento econômico do país, através dela é possível realizar atividades inovadoras gerando resultados comprovados e que estejam de acordo com as demandas e ofertas do mercado, o que pode ser entendido como oposto ao comodismo.

E além de proporcionar soluções inovadoras no setor público, a ação inovadora é também capaz de se tornar um modelo, reconhecida pelas oportunidades em negócios, tendo como resultado o surgimento de novos empreendimentos ou apresentação de melhorias à um negócios pré-existent, porém, há necessidade destes potenciais serem despertados e explorados (SOUZA; PAIVA JUNIOR, 2010).

A ação inovadora tem como objetivo promover mudanças para criar valores e colocar as ideias em prática, e a ação de empreender exige que um indivíduo faça uso de competências específicas, como por exemplo: inovação, capacidade de mudança e transformação, disposição para assumir riscos calculados e ter criatividade.

2.2. A Contribuição do SEBRAE com o Fortalecimento do Empreendedorismo

O SEBRAE existe como instituição desde julho de 1972, denominado naquele momento como Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (CEBRAE). Com a desvinculação da administração pública, em outubro de 1991, a entidade transformou-se em uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública, chamada como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), mantida por meio de repasses financeiros das maiores empresas do país.

É uma instituição de apoio técnico para o desenvolvimento de atividades de pequenas empresas, voltada à promoção e divulgação de programas e projetos relacionados ao fortalecimento das Micro e Pequenas Empresas (MPE's). É conhecida como a maior promotora do empreendedorismo, isto é, aspectos relacionados à abertura de novos negócios, ao trabalho e ao trabalho por conta própria.

De acordo com documentos do SEBRAE a tarefa inicial foi definida como: prestar assistência às empresas mutuantes do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDE), ou seja, as prestações de serviços eram estritamente conectadas a essas empresas, que em segundo momento se desdobrou para análise de projetos e sua viabilidade, bem como treinamento de negócios.

Nos primeiros anos, o SEBRAE passou pelo desenvolvimento de consolidação e expansão. Internamente, ocorreu o processo de valorização profissional, por meio de treinamentos, além de uma melhoria na conscientização corporativa, relacionada à missão como instituição para o desenvolvimento de pequenas empresas.

Externamente, a instituição cresceu para oferecer serviços e tentar se aproximar do seu público. Começou a abranger todos os Estados da Federação, integrando, adotando e implementando as mesmas ações do Sistema SEBRAE Nacional, respeitando as características de cada estado.

Mancuso (2002) constatou que várias metodologias foram consultadas, pesquisadas e experimentadas em missão internacional. E a partir delas, foram implantados programas e

metodologias para a MPE no Brasil, através do CEBRAE. As práticas do SEBRAE tiveram início a partir de um modelo de consultoria, baseado em treinamentos e habilidades, além das práticas baseadas no método empírico, no qual não havia nenhuma semelhança com o modelo de consultoria adotadas pelas empresas.

Com a consultoria, apareceram numerosos outros atendimentos, como treinamentos corporativos (cursos, seminários, reuniões e palestras), acesso ao mercado (negócios, feiras, exportação e shows e marcas/patentes), acesso à tecnologia, com assistência tecnológica e racionalização de energia, acesso a crédito e financiamento, corporativismo com associações de interesse econômico, além do balcão do empreendedor. Também dispõe do Portal eletrônico SEBRAE, que permite educação à distância e call center, possibilitando assistência remota aos clientes.

Observa-se que o CEBRAE não restringiu sua atuação à assistência técnica, mas também, articulou-se como uma entidade que exigia políticas para o segmento de MPE's (LOPES, 2001).

Além disso, atua com Programas de Gestão em Tecnologia da Informação, Mercado e Crédito; Programa SEBRAETEC, EMPRETEC, Incubadoras de empresas de base tecnológica, Gestão ambiental, Treinamento de negócios, Compras Governamentais, Pesquisa e Feiras Setoriais, Feira do Empreendedor, Programa Empreendedor do Brasil, o Aprendizado para Empreender, Mulher Empreendedora e uma “revolução de atendimentos”, segundo a instituição.

O conjunto de projetos e programas em andamento na instituição, apresenta missão institucional direcionada, e alinhada às diretrizes do seu Mapa Estratégico 2015-2022.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa é do tipo descritiva, visando uma análise situacional do SEBRAE-Tefé. Quanto à sua abordagem, consiste na técnica qualitativa, considerando como base o levantamento de dados para identificar os fluxos e direcionamentos dos recursos públicos convergentes às ações empreendedoras, assim como, quantitativa, por utilizar métodos como o questionário aplicado para identificar o grau de satisfação dos empreendedores com os serviços ofertados pelo órgão.

No que se refere à sua natureza, é uma pesquisa aplicada, pois “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35).

Caracteriza-se, quanto aos procedimentos, como um estudo de caso, com o objetivo de examinar um elemento individual. Esse tipo de estudo é apropriado para averiguar se as proposições de uma teoria são corretas, quando o estudo é considerado raro ou que não existem muitas situações semelhantes, para que sejam realizados outros estudos comparativos (TEIXEIRA; ANDRADE; ALCÂNTARA; OLIVEIRA apud STAKE, 2000).

Inicialmente, foram realizadas pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo, pesquisa exploratória e explicativa, na tentativa de elucidar através de estudo em artigos, dissertações, monografias e teses, a literatura que aborda o tema e suas contribuições para este trabalho.

Foi realizado um levantamento documental e informações disponíveis através de entrevistas com os colaboradores da instituição, sendo classificados como G1 (para gerente 1), A1 (para analista 1), A2 (para analista 2). E para obtermos dados qualitativos sobre o órgão pesquisado, foram utilizados sítios da internet e documentos oficiais disponibilizados através do Portal da Transparência, relacionados à estrutura organizacional, quadro de

pessoal, missão, ações, planejamento e parcerias, para que pudéssemos atingir o objetivo proposto neste estudo.

Além da pesquisa documental, foi utilizado como procedimento técnico a Pesquisa de Levantamento por Amostragem, no total de 9 (nove) empreendedores foram entrevistados, e por meio deles buscamos registrar as respostas das questões formuladas, bem como, analisar e interpretar as evidências relatadas pelos respondentes, sem qualquer manipulação ou interferência. E por meio da amostra, temos uma noção do universo total da pesquisa, buscando relevante representatividade, conforme afirma Prodanov e Freitas (2013):

Por essa razão, nas pesquisas sociais, é muito frequente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo. Quando um pesquisador seleciona uma pequena parte de uma população, espera que ela seja representativa dessa população que pretende estudar (p. 97).

Com isso, para coleta de dados com os participantes, foram utilizados 09 (nove) questionários aplicados presencialmente, com questões semiestruturadas e perguntas abertas e fechadas, seguindo a escala de Likert, 5 (cinco) pontos, totalizando 14 perguntas, entre os dias 03 a 09 de Agosto de 2020. Esse questionário foi direcionado aos empreendedores do município que participam dos projetos desenvolvidos pela instituição, atuando no comércio local, e que permitiram analisar o nível de satisfação dos empreendedores em relação aos produtos e serviços ofertados pelo órgão.

Os fatores observados são referentes ao sexo, idade, renda e grau de escolaridade. Através da análise dos questionários aplicados, foi identificado que o perfil socioeconômico dos entrevistados é diversificado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme as informações obtidas através da coleta de dados em pesquisa de campo, foi possível identificar as ações realizadas pelo SEBRAE, capazes de contribuir para o fortalecimento do empreendedorismo acrescidos de inovações, favorecendo o Município de Tefé/AM.

Referente ao sexo, 60% são representados pelo sexo feminino e 40% representam o sexo masculino, com idade entre 30 e 52 anos.

Foi identificado que 67% das pessoas entrevistadas possuem renda de 1 a 2 salários mínimos (variando entre R\$1.045,00 a R\$2.090,00 reais), com isso observa-se que boa parte dos participantes ainda se encontram em processo de evolução quanto ao faturamento do seu negócio. Em relação ao nível de escolaridade, 89% dos participantes possuem ensino médio completo.

Conforme a Tabela 1, observa-se que 55% dos entrevistados relataram participar dos projetos oferecidos pelo SEBRAE/Tefé, através da plataforma digital. E os outros 45% participam do projeto Negócio a Negócio, esse é um programa capaz de realizar um diagnóstico empresarial e implantar um plano de ação, propondo soluções de melhorias para o empreendimento.

TABELA 1: Participação dos empreendedores nos projetos oferecidos pelo SEBRAE/TEFÉ.

Você faz parte de qual projeto oferecido pelo SEBRAE Tefé?		
PROJETOS	QUANTIDADE	%
Plataforma Digital	5	55
Negócio a Negócio e Plataforma Digital	4	45
Total	9	100

Fonte: Autoria própria (2020).

Para o entrevistado A1, “o SEBRAE pode ser analisado como uma Instituição estimuladora e até mesmo para os que desejam iniciar no ramo para alavancagem dos negócios, através de informação, cursos, publicações, acompanhamento técnico e consultorias nos diversos setores, buscando um novo posicionamento no mercado”.

Relacionado ao acompanhamento das atividades por parte do SEBRAE, 89% dos entrevistados relataram não estar recebendo com frequência este acompanhamento, e 11% não souberam opinar (Tabela 2), pois, de acordo com os participantes, a atual gestão está deixando a desejar, quanto ao processo de elaboração de estratégias em prol do empreendedorismo local.

TABELA 2: Acompanhamento das atividades por parte do SEBRAE/TEFÉ.

Suas atividades vêm recebendo acompanhamento com frequência?		
ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Sim	0	0
Não	8	89
Não sei opinar	1	11
Total	9	100

Fonte: Autoria própria (2020).

Diante de informações, a redução de recursos para aplicação dos projetos, foi um fator determinante para que os mesmos pudessem ser executados, porém, a disponibilidade que há, são investidos nos setores com maior necessidade, como por exemplo, o setor da agricultura, artesanato e pesca (G1).

Quanto a avaliação da qualidade dos produtos/serviços/atendimento oferecidos pelo SEBRAE/Tefé, o quadro 1 apresenta os produtos e serviços ofertados, tendo em vista que, a totalidade dos entrevistados consideram razoável ao que se refere a qualidade. Diante disso, nota-se que há um feedback quanto as ações ofertadas para os mesmos, onde o nível de satisfação encontra-se médio, porém, precisa melhorar através das ferramentas de estratégias de qualidade.

QUADRO 1: Produtos e serviços ofertados pelo SEBRAE/TEFÉ.

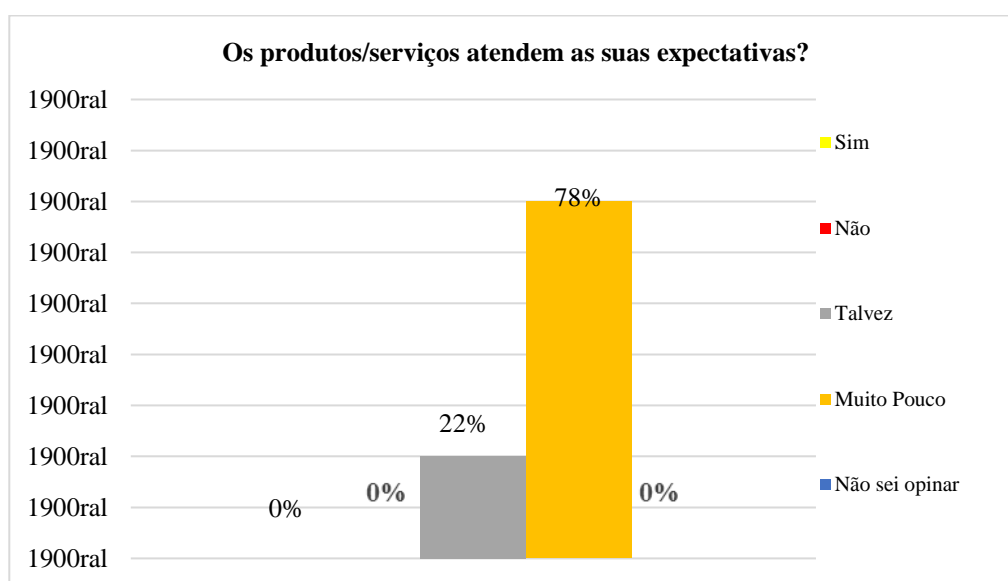
INDICADOR	DIMENSÕES
Produtos / Serviços	<ul style="list-style-type: none"> • Instrutoria • Consultoria • Seminários • Palestras • Programas • Portal eletrônico • Treinamento

Fonte: Autoria própria (2020).

Sendo assim, Chiavenato (1999, p. 678) ressalta que a “qualidade é definida como a capacidade de atender, durante todo o tempo, às necessidades dos clientes”. Ou seja, satisfazer os usuários é atender às expectativas que eles possuem, oferecendo produtos e serviços que respondam às suas necessidades.

Quanto a avaliação dos produtos e serviços ofertados, visando atender às expectativas esperadas, o gráfico 1 apresenta que 78% dos empreendedores relataram que os produtos e serviços não são suficientes, e 22% não se posicionaram, afirmaram ou negaram. A instituição precisa inovar nas ofertas dos seus serviços, para que possa suprir as necessidades nos diversos setores do empreendimento. Este tipo de avaliação é de suma importância, pois são fontes de informação que permitem a instituição suprir as expectativas através de estratégias inovadoras.

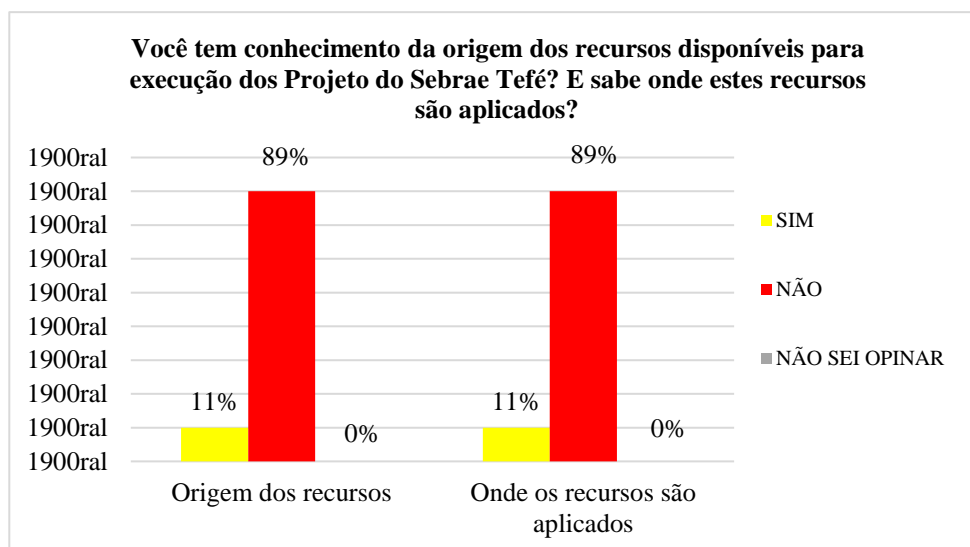
GRÁFICO 1: Avaliação dos produtos e serviços ofertados.



Fonte: Autoria própria (2020).

Com relação ao grau de conhecimento relacionado à origem dos recursos, utilizados para a execução dos projetos desenvolvidos pelo SEBRAE/Tefé e onde são aplicados. A pesquisa apresentou que 89% dos entrevistados não possuem conhecimento sobre a origem e aplicação, e 11% demonstraram conhecimento (Gráfico 2). Há uma falta de interesse por parte dos empreendedores quanto à informação destes recursos, pois, para eles, através das ações é possível identificar seu uso de forma devida, sendo o suficiente (G1).

GRÁFICO 2: Grau de conhecimento relacionado a origem e aplicação dos recursos.



Fonte: Autoria própria (2020).

É importante ressaltar, o nível de satisfação quanto aos benefícios que as ações empreendedoras realizadas pela instituição são capazes de oferecer. Pois, através delas é possível adquirir um conhecimento mais amplo na área comercial, assim como na organização e empreendedorismo, conforme apresenta a Tabela 3.

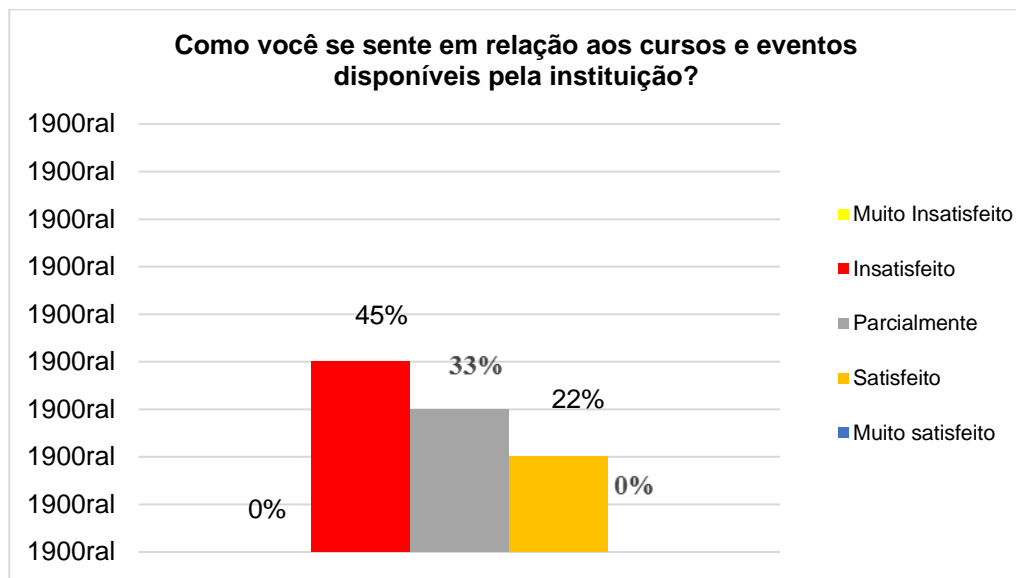
TABELA 3: Benefícios adquiridos através das ações realizadas pelo SEBRAE/TEFÉ.

Quais os benefícios que o Sebrae Tefé trouxe para você?		
ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	(%)
• Conhecimento sobre empreendedorismo e Organização no trabalho	2	22
• Conhecimento na área comercial e Organização no trabalho	2	22
• Conhecimento comercial e Empreendedorismo	2	22
• Conhecimento comercial	2	22
• Conhecimento comercial, Organização e Empreendedorismo	1	12
Total	9	100

Fonte: Autoria própria (2020).

Conforme o Gráfico 3, cerca de 45% dos entrevistados demonstraram estar insatisfeitos com os cursos e eventos disponíveis pela instituição. Entre os participantes 33% do total, apresentaram uma parcialidade, logo, 22% manifestaram satisfação quanto à oferta das ações. Um dos fatores que pode influenciar nestes resultados é disponibilidade das ações em horário noturno, pois, consideram que a quantidade das ações disponíveis, não são suficientes para suprir as necessidades dos empreendedores.

GRÁFICO 3: Nível de satisfação relacionado aos cursos e eventos disponíveis.

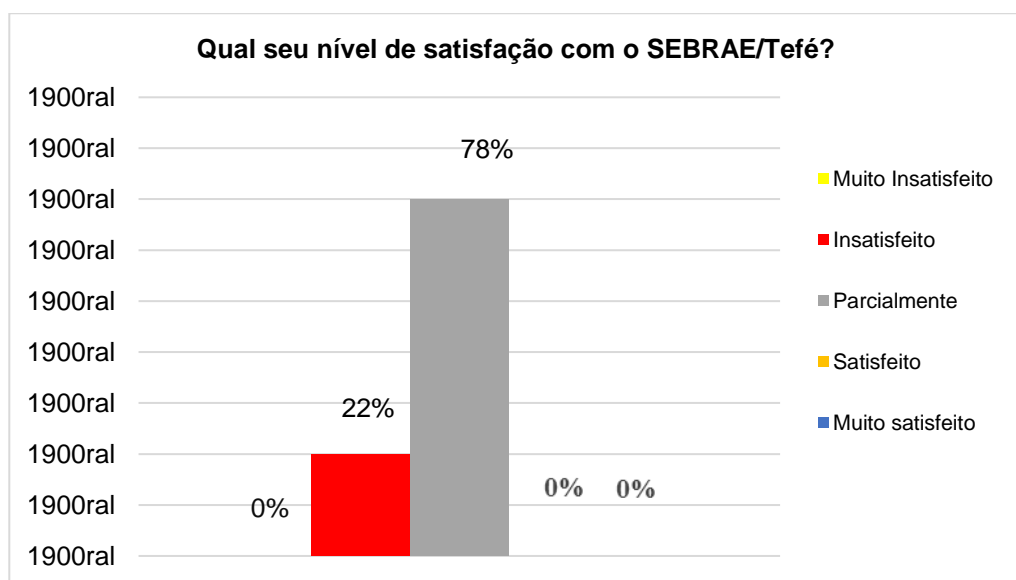


Fonte: Autoria própria (2020).

Através das ações realizadas, é possível identificar melhorias quanto ao desenvolvimento do comércio local, contribuindo para o aprimoramento e inovação nas suas atividades, sendo assim, colaborando com a fomentação do município.

Além disso, conforme nos evidencia o gráfico 4, os entrevistados foram avaliados quanto ao nível de satisfação sobre SEBRAE/Tefé. Em termos gerais, 78% demonstraram uma parcialidade na avaliação em relação a satisfação, e 22% demonstraram insatisfação. Avaliar o nível de satisfação dos usuários é importante, para que haja melhor conhecimento sobre os pontos positivos e negativos de cada serviço, com o intuito de obter estratégias em prol de melhorias nos serviços ofertados, e aprimoramento no planejamento de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo.

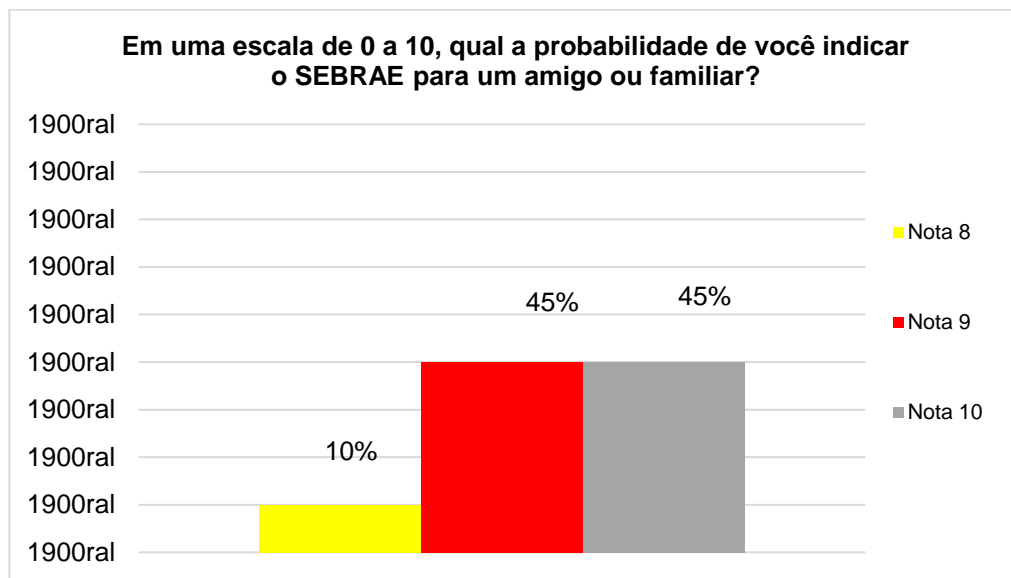
GRÁFICO 4: Nível de satisfação de modo geral.



Fonte: Autoria própria (2020).

Por fim, os empreendedores avaliaram em uma escala de 0 a 10 qual a probabilidade de indicar a organização para outras pessoas. O resultado apontado no Gráfico 5, ressalta que 45% dos entrevistados atribuíram nota máxima (10), 45% concederam nota (9) e 10% nota (8), isso significa que a escala de 8 a 10 representa a super indicação da instituição, por meio do uso em plataforma digital.

GRÁFICO 5: Probabilidade de indicar o SEBRAE para outras pessoas.



Fonte: Autoria própria (2020).

Desse modo, por meio da plataforma digital é possível realizar diversos tipos de ações, que contribuem para o desenvolvimento do negócio e até mesmo para quem deseja iniciar. A instituição possui mais de 40 cursos e palestras, com o intuito de ensinar noções básicas de empreendedorismo e gestão, disponibilizando inúmeras publicações de artigos sobre os temas. O SEBRAE reconhece, valoriza e incentiva os empreendedores por meio de premiações realizadas anualmente, contribuindo para a divulgação dos negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados, tivemos como objetivo geral nessa pesquisa: analisar os fluxos e direcionamentos dos recursos públicos convergentes às ações empreendedoras em relação aos serviços e produtos ofertados pelo SEBRAE em Tefé-AM. De acordo com nossos resultados, não obtivemos um desfecho satisfatório em relações às ações realizadas conjuntamente com os empreendedores de Tefé.

Durante a abordagem, foi possível destacar a atuação do SEBRAE com a realização de programas e projetos direcionados aos empreendedores, contudo, os cursos e eventos parecem não são suficientes para suprir as necessidades do público-alvo. Evidenciou-se investimentos no desenvolvimento das atitudes, habilidades e capacidades relacionadas ao empreendedorismo, ajudando a cultivar nos indivíduos a disposição em aprender e realizá-lo de modo contínuo, com rapidez e disposição. O estudo revela que a organização apresenta um cenário propenso à integração de práticas empreendedoras, como ferramenta de inovação na gestão pública.

Os principais resultados apontam que há participação da instituição em várias formas de ação, como o fornecimento de técnicas de gestão e treinamento, o apoio na participação em eventos, além do seu papel de ingresso no meio político. Mas, à medida em que os resultados informam que os empreendedores conhecem o SEBRAE, ficou nítido que não há integração entre parceiros para adquirir ferramentas de negócios que possam alavancar os diversos tipos de setores.

Contudo, vale ressaltar que o SEBRAE permanece como braço de apoio ao governo municipal promovendo ações, projeto e incentivos em favor dos empreendedores. Fortalecendo o comércio local e atuando como agente intermediário entre os interesses do setor público com o setor privado. E foi a partir disso que surgiu o questionamento: Por que os empreendedores pouco conhecem essas ações em que quase nunca participam?

Com base nos dados levantados, conclui-se que as ações empreendedoras realizadas pelo SEBRAE/Tefé, são importantes ferramentas de estratégias para inovação no comércio local, ajudando a transformando ideias em oportunidades.

Em circunstância aos objetivos propostos e com base nos resultados, podemos destacar que o SEBRAE como Instituição, agrega situações de crescimento para os empreendedores, permitindo com que esses pequenos e médios empresários se tornem parte da organização. Agindo indiretamente em todos os projetos que englobe e busque o crescimento na economia, trabalhando junto em prol do mesmo objetivo, investindo em práticas inovadoras de negócios, e alternativas que aproximem os empreendedores para o compartilhamento de ideias e aprendizados, relacionados ao campo da economia, serviços e produtos.

Os resultados são significativos, mas não foi possível alcançar um estudo de aprofundamento desejável, pois, os fatores externos como pandemia, restrições à mobilidade e o clima de medo, impediram uma pesquisa com maior número de participantes empreendedores, sendo essa, a principal limitação de nosso estudo.

A presente pesquisa não deve ser considerada como encerrada, sendo necessário surgir novos estudos para analisar se os investimentos públicos são suficientes para atender as necessidades dos empreendedores, bem como, promover o desenvolvimento sustentável da economia local.

REFERÊNCIAS

BORGES, D. A. H.; ROMANIELLO, M. M.; BRITO, M. J. Empreendedorismo no Setor Público: A Influência das Características Organizacionais. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas Regepe**, v. 5, n. 1, p. 85-116, 2016. DOI: 1014211/regepe.v5i1.320. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/320/pdf>>. Acesso em: 06 de abril de 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 1999.

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

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: 1909. Prática e princípios / Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. 2º Ed. São Paulo: Pioneira, 1987.



DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomsom, 2002.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural, Universidade Aberta do Brasil, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

HOOD, C. A public management for all seasons? **Public Administration**, 69. p. 3-19. 1991.

HUGHES, O. **PUBLIC Management and Administration**, London: Macmillan. 1994.

LOPES, Eliana Barreto de Menezes. **O SEBRAE e as relações público-privado no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, 2001.

MANCUSO, José Humberto. **SEBRAE 30 anos parceiro dos brasileiros**. Brasília: Sebrae Nacional, 2002.

O que é ser empreendedor | Sebrae. (2019). Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor.ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 03 de abril de 2020.

PEREIRA, L. C. Bresser. A reforma gerencial do Estado de 1995. **Revista de Administração Pública**. v. 34. n 4. p. 7-26. jul./ago, 2000.

PIMENTEL, Alex. **Curso de Empreendedorismo**. São Paulo: Gigerati Books, 2008.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2º ed. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2013.

TEIXEIRA, T. S.; ANDRADE, D. M.; ALCÂNTARA, V. C. et al. Inovação e Empreendedorismo: um caso no setor público. Pretexto, Belo Horizonte, out. 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v20i1.5609>>. Acesso em: 28 maio 2020.

SILVA, C. A.; VALADARES, J. L.; ANDRADE, D. M. Ações Empreendedoras Na Gestão Pública: análise do programa crédito solidário (PCS) em um município do sul de minas gerais. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Curitiba, v. 15, n. 1, p. 55-68, 2016.

SOUSA, J. L.; PAIVA JUNIOR, F. G. O Empreendedorismo no Setor Público: A Ação Empreendedora da Fundação Joaquim Nabuco. **Anais [...]**. Encontro de Administração Pública e Governança. 2010. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enapg415.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

VALADARES, Josiel Lopes. **Significados do Empreendedorismo no Setor Público no Contexto Municipal Brasileiro**. 2016. 266f. Tese (Doutorado em área de concentração em



IV SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO INOVADORA E SUSTENTÁVEL:
ANÁLISE E PERSPECTIVAS

ISSN 2675-4185



Organizações, Gestão e Sociedade), Departamento de Administração e Economia,
Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2016.

VALADARES, J. L.; EMMENDOERFER, M. L. A incorporação do Empreendedorismo no
Setor Público: reflexões baseadas no contexto brasileiro. **Revista de Ciências da
Administração**, v. 17, n. 41, p. 82-98, 2015.