



ANÁLISE DOS DESAFIOS DE EMPREENDEUR NO BRASIL E OS IMPOSTOS COBRADOS AO EMPREENDEDOR: Um estudo de caso em uma empresa paraibana do setor comerciário

Bruna Gabriela de Oliveira Sousa¹
Danielle Fernandes Rodrigues²

RESUMO

Este trabalho se insere na temática do empreendedorismo no Brasil, a partir de uma análise sobre as dificuldades de empreender no referido país. O objetivo deste trabalho foi analisar os desafios práticos e tributários enfrentados por uma empresa do ramo comerciário no estado da Paraíba, associando a discussão ao contexto econômico do empreendedorismo no Brasil. Os objetivos específicos delimitados para a pesquisa são: 1) discutir sobre os conceitos que abrangem o empreendedorismo, 2) analisar o perfil do empreendedor brasileiro e as ações de incentivo ou não do governo, e, 3) analisar os desafios práticos de uma empresa localizada no estado da Paraíba, para, em forma de amostragem, construirmos uma discussão sobre o tema com dados empíricos. A metodologia proposta para realização deste estudo, se insere nos procedimentos qualitativos e de amostragem, a partir da compreensão dos autores Godoy (1995) e Malterud (2001). Buscou, com este trabalho, discutir e apresentar, de forma empírica, a realidade de empreender no Brasil, com ênfase nas dificuldades tributárias que se apresentam para o empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Tributação; Paraíba; Brasil.

ABSTRACT

This study falls under the thematic entrepreneurship in Brazil, and it is based on an analysis of the challenges faced by entrepreneurs in the country. The objective of this work is to analyze the practical and tax challenges faced by a commercial company on the of Paraíba, Brazil, associating the discussion with the economic context of entrepreneurship. The specific objectives outlined for this research are: 1) to discuss the concepts that encompass entrepreneurship, 2) to analyze the profile of the Brazilian entrepreneur and how government actions encourage or not entrepreneurship, and 3) to visualize the practical challenges of a local company in the state of Paraíba, using survey methods to build a discussion also based on empirical data. We carried out qualitative and sampling methods, following the authors Godoy (1995) and Malterud (2001). Thus, we provide a discussion where we empirically demonstrate the reality of entrepreneurs in Brazil, with an emphasis on the tax difficulties that arise for the entrepreneur.

Keywords: Entrepreneurship; Taxation; Paraíba; Brazil.

¹ Graduanda do Curso Superior em Ciências Contábeis, pelo Centro Universitário – UNIESP. Email: brunagolvr@gmail.com.

² Graduada em Administração, pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Gestão Empresarial, pela faculdade Estratego. Especialista em Educação Global, pela faculdade UNIFUTURO. Mestra em Administração, pela Universidade Federal da Paraíba. Docente do Curso Superior em Ciências Contábeis, pelo UNIESP. Email: danielle.contato10@gmail.com.



1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que empreender no Brasil não é uma tarefa fácil, entretanto, o termo “empreendedorismo” tem ganhado força nos últimos anos devido à grande importância desta área na economia do país – a nível interno e externo.

Todos os anos há abertura de milhares de empresas no Brasil e no mundo. Esse fenômeno ocorre porque os empreendedores assumem riscos, executando ações inovadoras e transformadoras. Isto faz com que os empreendedores se vejam inseridos no ambiente social, econômico e político daquele país ou região (FISCHER, 2008).

Segundo Chiavenato (2005, p. 11), empreendedor é “a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Para o referido autor, os empreendedores são fundamentais no mundo dos negócios, gerando empregos, introduzindo inovações e incentivando o crescimento econômico. Para Fischer (2008), esse conjunto de fatores associado às crescentes necessidades de geração de renda faz com que o tema se mantenha atual, influenciando o interesse por pesquisas e estudos relacionados ao empreendedorismo.

Entretanto, em termos conceituais, “deve-se, porém lembrar que nem todo empreendedor se torna empresário, isto porque o empreendedor constrói e o empresário perpetua sua empresa” (OLIVEIRA, 2007, p. 13).

Embora existam muitos estudos acerca do empreendedorismo, ainda não é possível entrarem um consenso e elaborar um conceito que seja aceito por todas as áreas interessadas no assunto. O empreendedorismo tornou-se assunto de várias áreas das ciências humanas e sociais. Antes, era um tema limitado à área econômica e o que explica a falta de um conceito é justamente por ter se tornado tema de diversas áreas.

Conforme mencionado, o Brasil não tem um cenário economicamente propício para empreender. O ambiente é caracterizado pela falta de crédito, ausência de políticas governamentais, alto índice de impostos cobrados e muita burocracia. De acordo com Maximiano (2006), o brasileiro, ao montar um empreendimento, já começa a pagar impostos antes mesmo de fazer qualquer negócio. De acordo com uma pesquisa feita pelo Banco Mundial, divulgada pela revista Época em 2006, o Brasil ocupava a 119ª posição em uma lista de 155 países no que se refere ao apoio ao empreendedor – tendo, de fato, muito a melhorar.

Tendo em vista o cenário do Brasil quanto ao empreendedorismo, o país buscou proporcionar melhorias aos empreendedores na última década. Foram criados vários programas de apoio, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) – visando a formalidade dos empreendedores informais, acesso à informação, cursos, dentre outros benefícios. Entretanto, em vias práticas, como tem sido a realidade do empreendedor brasileiro em uma empresa paraibana do setor comerciário? É nesta problemática, que este trabalho se insere, a partir de um estudo de caso.

Tem-se como objetivo geral, analisar os desafios práticos e tributários, enfrentados por uma empresa paraibana, associando ao contexto econômico do empreendedorismo no Brasil. Para tanto, os objetivos específicos são: 1) discutir sobre os conceitos que abrangem o empreendedorismo, 2) analisar o perfil do empreendedor brasileiro e as ações de incentivo ou não do governo, e, 3) analisar os desafios práticos de uma empresa localizada no estado da Paraíba, para, em forma de amostragem, construirmos uma discussão sobre o tema com dados empíricos.

A metodologia utilizada para realização deste estudo se insere nos procedimentos qualitativos e de amostragem, considerando o conceito de “validade científica”, que determina que estudos de caso seguem um método analítico, sobre uma “parte” do tema que demonstra o “todo”. O caráter qualitativo, se vincula na produção de dados, que atribuem qualidade ao



estudo de caso e produz materiais empíricos na produção sobre o tema, servindo como referência para o campo de estudos e para outros pesquisadores. Os autores que orientam metodologicamente a análise são Godoy (1995) e Malterud (2001).

A estrutura geral deste artigo é composta pelas seções: resumo, introdução, fundamentação teórica, metodologia, estudo de caso, considerações finais e referências, nessa ordem de apresentação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

2.1.1 Evolução do conceito e definições de empreendedorismo

Apesar do crescente interesse acerca do tema empreendedorismo, as pesquisas relacionadas a esse tema são um fenômeno novo na literatura, de modo que ainda não há uma única definição aceita nacional e internacionalmente. As pesquisas, de modo geral, estão relacionadas às pequenas empresas, analisando como os problemas apontados por esta pesquisa afetam a economia de modo geral. Portanto, para Hisrich (2004), a evolução da teoria do empreendedorismo é paralela, na grande maioria, ao próprio desenvolvimento do termo.

De acordo com Dolabela (1999, p. 37), “esse ramo de conhecimento está ainda em fase pré-paradigmática, já que não existem padrões definidos, princípios gerais ou fundamentos que possam assegurar de maneira cabal o conhecimento”.

Para Baggio & Baggio (2014, p. 26),

empreendedorismo é um domínio específico. Não se trata de uma disciplina acadêmica com o sentido que se atribui habitualmente a Sociologia, a Psicologia, a Física ou a qualquer outra disciplina já bem consolidada. Referimo-nos ao empreendedorismo como sendo, antes de tudo, um campo de estudo. Isto porque não existe um paradigma absoluto, ou um consenso científico. Sabemos que o empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apóiam e o praticam, mas sabemos também que não existe teoria absoluta a este respeito.

O termo empreendedor vem sendo utilizado há muito tempo, tendo início na Idade Média. Esse termo era usado por aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção mesmo sem assumir grandes riscos, apenas com os recursos disponíveis naquela época (LE GOFF, 2018).

No início do século XVI, a palavra empreendedor (entrepreneur) foi usada pela primeira vez para intitular os homens que eram envolvidos nas coordenações de operações militares. Mas, de acordo com Baggio & Baggio (2014, p. 25),

o vocábulo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim, tendo o seu correspondente, “empreender”, surgido na língua portuguesa no século XV. A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Todavia, a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta da palavra



francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*.

Entre os séculos XVII e XIX, o termo empreendedorismo começou a ser utilizado pelos economistas franceses. Dentre eles, destacamos o pensador franco-irlandês Richard Cantillon (1680-1734), que em uma obra póstuma intitulada “Ensaio Sobre a Natureza do Comércio em Geral (1755)”, utilizava pela primeira vez o termo *entrepreneur*, referindo-se ao empreendedor de risco. Em seguida, Jean-Batiste Say distinguiu a atividade capitalista em geral e a atividade empreendedora, que segundo ele deveria ser portadora de inovação e agente de mudança (FILON, 1999).

Posteriormente, o pensador Karl Marx (1818-1883) encontra a atividade empreendedora associada aos processos de acumulação de capital (MARX, 2014). Já na contemporaneidade, Joseph Schumpeter foi um dos teóricos que estudou o empreendedorismo (*entrepreneurship*). Schumpeter (1997) ressalta o papel do empreendedorismo na transição entre o capitalismo competitivo e o capitalismo dos grandes negócios – *big-business*.

Embora não haja uma definição concreta sobre o empreendedorismo, há um consenso sobre o comportamento padrão ligado ao empreendedorismo: inovação, tomada de decisão, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, aceitando riscos - sucesso ou fracasso.

De acordo com Costa & Medeiros (2020, p. 4),

as primeiras referências ao empreendedorismo são atribuídas a Richard Cantillon, fisiocrata franco-irlandês do século XVII, no texto “Essai sur la nature du commerce en general”. Excetuando a nobreza e os proprietários de terra, Cantillon (1950) dividiu a sociedade em duas classes – empresários e trabalhadores – e enfatizou a incerteza enfrentada pelo empresário, que depende recursos sem ter a possibilidade de realizar previsões quanto a preços e demanda, por exemplo.

Segundo Dolabela (1990), o empreendedorismo (*entrepreneurship* em inglês) tem um significado prático porém envolve ideias e atitudes. Implica em fazer coisas novas ou desenvolver novas maneiras de se fazer as coisas.

Drucker (1992) compreende o empreendedor como aquela pessoa que pratica a inovação sistematicamente, buscando as fontes de inovação e criando oportunidades. Para este autor, há sete fontes para uma oportunidade inovadora:

- i) o inesperado, ou seja, algo não programado, mas devidamente racionalizado para estabelecimento de metas e objetivos.
- ii) uma contradição entre o que é e o que deveria ser, ou seja, um projeto idealizado na forma mais acertiva que se contrapõe às dificuldades exteriores à força do empreendedor.
- iii) uma necessidade, semelhante à forma inesperada.
- iv) uma mudança estrutural, ou seja, um cenário que possibilita o empreender em dado local.
- v) mudanças demográficas, que, de forma autoexplicativa, indica que novas configurações demográficas requerem novas demandas no empreendedorismo.
- vi) mudança na percepção, ou seja, um quadro que se modifica no campo das mentalidades administrativas e sociais.
- vii) conhecimento científico novo, o que significa a apropriação de saberes que



secolocam em prática com o ato de empreender.

Estes são os cenários propostos por Drucker (1992), mas que podem ser totalmente flexíveis, a depender das inúmeras possibilidades de regiões que o empreendedorismo é colocado em prática.

2.1.2 Vertentes do Empreendedorismo

Na literatura, há três vertentes teóricas em torno do empreendedorismo. A primeira vertente, representada por Schumpeter, classifica o empreendedorismo e o espírito empreendedor como fator essencial para dar início à empresa e ao desenvolvimento. Seguindo essa vertente teórica, destacamos a interpretação de Celso Furtado sobre o espírito empreendedor, proposto por Schumpeter:

O espírito de empresa, elemento central no pensamento schumpeteriano, surge como uma categoria abstrata, independentemente do tempo e de toda ordem institucional. É, aparentemente, um dom do espírito humano, assim como a propensão para a troca de Adam Smith. O empresário seria o fenômeno de todas as organizações sociais, da socialista à tribal (FURTADO, 2000, s/p).

A segunda vertente destaca atributos humanos e psicológicos (criatividade, motivação, intuição), proposta pelos comportamentalistas McClelland e Tomecko, buscando entender o porquê das pessoas empreendedoras. Porém, essa demarcação não é tão precisa, tendo em vista que Schumpeter afere os aspectos não econômicos do empresário empreendedor, ao evidenciar a importância de “compreender o comportamento humano, a saber, analisando os motivos característicos de sua conduta” (SCHUMPETER, 1997, p. 96).

O historiador e sociólogo Max Weber destaca-se na terceira vertente teórica, no qual busca respostas, nos traços pessoais e nas atitudes dos indivíduos, recorrendo assim, às ações econômicas e aos sistemas de valores para, então, explicar o devotamento ao trabalho e à prática do empreendedorismo –compreendido pelo “espírito do capitalismo”. Para este autor, que tem como principal obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo” (1905), o empreendedorismo corresponderia a uma evolução do capitalismo, ou seja, uma ramificação. Para Weber, o marco temporal seria, portanto, a Revolução Industrial, que modificou a mentalidade humana, voltando para a relação entre produção e lucro, ratificando, assim, a proposta de Karl Marx. Entretanto, o diferencial colocado por Weber reside no etendimento de que o capitalismo teria relação direta com a Reforma Protestante, mais precisamente na concepção do Calvinismo, na qual o trabalho e os seus ganhos representavam sinais da salvação individual.

Neste sentido, trabalhar seria divino, e lucrar também. Nesta relação com o capitalismo surge o empreendedorismo, enquanto uma ramificação do capitalismo, em que o capitalismo prepara um campo fértil para o empreendedorismo se desenvolver.

2.1.3 Características do empreendedor

As diferenças nos conceitos orientam para que direção se percebe determinados projetos. O termo “empreendedor” já foi largamente discutido por este trabalho, portanto, nos detemos à associação deste conceito aos conceitos de “empresário” e “intraempreendedor”.

Leite (1999) lembra que o empreendedor cria e gerencia o seu próprio posto de trabalho, enquanto que, segundo Mota (2000), o empresário é a pessoa que está no topo do



comando de um empreendimento, o que, não significa dizer que pode ser a mesma pessoa. O intraempreendedor, por sua vez, é aquele que trabalha em uma empresa e a partir disso empreende uma marca, sem deixar o vínculo com a empresa onde trabalha (PINCHOT, 1989).

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Esta seção divide-se em duas subseções: a primeira delas (2.2.1) evidencia os desafios e as oportunidades de empreender no Brasil e a seguinte (2.2.2) aborda a análise Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019)

2.2.1 Desafios e oportunidades

Para Silva e Silva (2019, online, s/p),

o empreendedorismo é considerado um fenômeno global, assumindo uma posição de destaque no cenário político, econômico e social, sua relevância tem sido bastante discutida e explorada na contemporaneidade, através de estudos e pesquisas científicas, que procuram investigar qual é o perfil, quem são as pessoas e como ocorrem as oportunidades para a criação de um negócio.

Os autores chamam atenção, ainda, para a necessidade da presença do Estado no estímulo às atividades do empreendedorismo:

um bom exemplo de que o empreendedorismo é uma atividade que deve ser apoiada pelo governo, pelas entidades e universidades, é o que ocorre nos países Europeus, nos Estados Unidos e Ásia, que acreditam e apoiam o desenvolvimento do empreendedorismo, exatamente por acreditar que a saída para a crise é continuar estimulando e desenvolvimento da atividade do empreendedorismo em todos os níveis (SILVA; SILVA, 2019, online, s/p).

Coelho (2009) apontou que conforme pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 21 países, acerca do empreendedorismo obteve como resultado que o Brasil ocupava o primeiro lugar no *ranking* de empreendedorismo. Na referida pesquisa para cada oito brasileiros em idade adulta, um estava abrindo ou pensando em abrir um negócio (COELHO, 2009). Entretanto, o autor chama atenção para o fato de que

uma pesquisa realizada pelo Banco Mundial mostrou que o Brasil ainda tem muito que melhorar no apoio ao empreendedor, isso porque ficou em 119ª posição em uma lista de 155 países. O estudo mostrou também que o brasileiro ao montar um empreendimento já começa pagando impostos antes mesmo de fazer qualquer negócio (COELHO, 2009, p. 13).

Neste sentido, o cenário de desafios e oportunidades entra em conflito. Desta forma, entidades foram criadas no sentido de minimizar este cenário, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). As oportunidades percebidas por brasileiros que viam a insegurança ou falta dos empregos formais se apresentou enquanto um elemento agregador para que o empreendedorismo no Brasil ganhasse uma nova forma, um formato de expansão (BARBOZA, 2005). Entretanto, a própria literatura chama atenção para



o fato de que, apesar de pequenos esforços para incentivo ao empreendedorismo no Brasil,

todas as ações e exercício na busca por uma alavancada do empreendedorismo no país, ainda não foram suficientes para que o empreendedor brasileiro possa se sentir motivado e seguro para abrir seu negócio. Os analistas chamam a atenção para o ambiente desfavorável no qual os empreendedores têm de atuar, a falta de acesso ao crédito, a ausência de políticas governamentais e normas sociais que fazem deste um ambiente perverso (COELHO, 2009, p. 29).

A situação é tão grave no cenário conflitante dos desafios e das oportunidades que, “segundo as conclusões dos estudos do Banco Mundial, as empresas brasileiras consomem em média 2.600 horas para conseguir pagar as altas cargas tributárias” (COELHO, 2009, p. 30). Além da dificuldade tributária, os desafios também se inserem no campo burocrático, uma vez que o empreendedor “necessita de 152 dias para poder abrir sua empresa, uma exageração se comparado com outros países como Austrália (2 dias) e Estados Unidos (4 dias)” (COELHO, 2009, p. 30).

Desta feita, o cenário de desafios e oportunidades caminha de forma conflitante, considerando as oportunidades oriundas das mais variadas motivações e os desafios que se apresentam de forma gravíssima para o empreendedor começar o seu projeto.

2.2.2 Análise Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019)

De acordo com os dados do Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019), testifica-se que o Brasil se apresenta em grau não positivo em termos de competitividade no cenário empreendedor mundial, conforme demonstra o quadro abaixo.

Quadro 1 - Perfil econômico dos países selecionados para comparação nos documentos Brasil (2019)

Economias	População em 2019 (Fórum Econômico Mundial)	Crescimento do PIB % variação anual, 2018 (Fundo Monetário Internacional)	PIB per capita PPP, \$ internacional, 2018 (Fundo Monetário Internacional)	Pontuação e classificação globais relativas à facilidade para fazer negócios, 2019 (Banco Mundial)	Pontuação e classificação relativas à abertura de empresas, 2019 (Banco Mundial)	Classificação no ranking Global de Competitividade, 2019 (Fórum Econômico Mundial)
Brasil	208,3 milhões	1,1%	16,15 mil	59,1/100 124º/190	81,3/100 138º/190	71º/141
África do Sul	57,7 milhões	0,8%	13,63 mil	67/100 84º/190	81,2/100 139º/190	60º/141
Alemanha	82,9 milhões	1,5%	52,39 mil	79,7/100 22º/190	83,7/100 125º/190	7º/141
Austrália	25,2 milhões	2,7%	52,38 mil	81,2/100 14º/190	96,6/100 7º/19	16º/141
China	1.395,4 milhões	6,6%	18,12 mil	77,9/100 31º/190	94,1/100 27º/190	28º/141
Estados Unidos	327,4 milhões	2,9%	62,87 mil	84/100 6º/190	91,6/100 55º/190	2º/141
Índia	1.334,2 milhões	6,8%	7,86 mil	71/100 63º/190	81,6/100 136º/190	68º/141
México	124,7 milhões	2%	20,62 mil	72,4/100 60º/190	86,1/100 107º/190	48º/141

Fonte: GEM (2019).

Percebe-se, portanto, que o Brasil apresenta uma pontuação baixa em relação aos demais países investigados nos índices que indicam facilidade para abrir negócios, abertura de



empresas e no *ranking* global de competitividade de mercado global. Entretanto, o cenário para potenciais empreendedores é mais positivo, conforme tabela abaixo:

Tabela 1 - Potenciais empreendedores (economias selecionadas)

Economias	Potenciais empreendedores	
	Taxas	Posição ³
Brasil	30,2	16 ^a
África do Sul	11,9	37 ^a
Alemanha	9,1	43 ^a
Austrália	13,0	34 ^a
China	21,4	22 ^a
Estados Unidos	13,7	32 ^a
Índia	33,3	13 ^a
México	16,3	28 ^a

Fonte: GEM (2019).

Verifica-se a partir dos dados presentes na Tabela 1, que a posição ocupada pelo Brasil, se sobressai a de economias classificadas como maiores potências, o que indica que há uma grande quantidade de possíveis empreendedores, ou seja, aqueles que têm projetos a serem desenvolvidos. Os motivos pelos quais os empreendedores iniciam os seus projetos, no Brasil, podem ser visualizados na Tabela 2.

Tabela 2 - Motivações para empreender no Brasil

Motivações	% dos empreendedores		
	Nascentes	Novos	Iniciais
Mais de uma motivação	79,8	66,0	70,8
Apenas uma motivação	20,2	34,0	29,2
Total	100,0	100,0	100,0
Tipos de motivação ¹	Nascentes	Novos	Iniciais
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Fonte: GEM (2019).

Portanto, a maioria tem mais de uma motivação para empreender, sendo em ordem decrescente nas motivações: 1) ganhar a vida em virtude da dificuldade dos empregos, 2) fazer a diferença no mundo, 3) construir uma grande riqueza e, 4) continuar um empreendimento familiar, todos obedecendo a mesma ordem nos indicadores de “empreendedores nascentes”, “novos” e “iniciais”.

Estes dados se associam às práticas de governo, em escala geral – social, e em escala específica para os empreendedores – análise essa que privilegiamos em nosso trabalho. Na análise específica para os empreendedores, há um consenso sobre as dificuldades de empreender no Brasil no que tange às políticas governamentais. A Tabela 3, por sua vez, apresenta uma análise feita por especialistas sobre este cenário no Brasil.

**Tabela 3 - Dificuldades de empreender no Brasil**

Afirmações	Média
Subfator - dinâmica do mercado interno	5,8
O mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro (é dinâmico e oferece mais oportunidades)	5,9
O mercado de bens e serviços entre empresas (<i>business-to-business</i>) muda consideravelmente de um ano para o outro (é dinâmico e oferece mais oportunidades)	5,8
Subfator - barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno	3,9
As empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados	4,2
As empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado	3,6
As empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas	3,8
A legislação antitruste é efetiva e bem aplicada	4,0

Fonte: GEM (2019).

Conforme apresentado a Tabela 3, os especialistas atribuem nota de 0 a 10 em cada indicador. Neste sentido, os indicadores que indicam barreira e dificuldades no empreender apresenta nota média na casa de 3, bastante baixa e pessimista a respeito das políticas de incentivo ao empreendedor brasileiro. Nesta perspectiva, destaca-se a média 3,9 para o subfator – barreiras, custos, concorrências e legislação no mercado interno, consideravelmente menor que a outra dificuldade de empreender no Brasil relativa ao subfator – dinâmica do mercado interno que obteve média 5,8.

2.3 IMPOSTOS: definição e características

Conforme destacado, os impostos se apresentam como um dos vilões para o empreendedorismo no Brasil. Em uma definição conceitual, imposto é “o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte” (CNT, 1966, s/p). Entretanto, essa independência definida na lei pode ser contestada, a partir de diversos trabalhos acadêmicos, que apresentam as dificuldades de empreendedores se manterem no mercado em virtude dos impostos, a exemplo das pesquisas de Miranda, Altaf e Troccoli (2014); Braga (2018); Silva (2015); e, Ferreira, Bandeira e Gonçalves (2019).

Os impostos se apresentam enquanto política compulsória não somente sobre os empreendedores, mas na sua forma essencial, sobre todos. O próprio Código Tributário Nacional (CNT) define o tributo enquanto “toda prestação pecuniária compulsória em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir” (CNT, 1966, s/p, grifo nosso).

Chamamos atenção para o fato de que os impostos são indispensáveis para toda nação, uma vez que estes geram políticas pública de melhoria e equidade social. Entretanto, o problema reside na administração e gerenciamento destes impostos, em que em alguns países logra-se êxito e em outros logra-se fracasso.

Os impostos, enquanto tributos, surgiram na passagem da Idade Moderna para a Contemporânea, a fim de combater os privilégios da nobreza e do Clero e promover o chamado “estado de bem-estar social”, o que em alguns países pode-se chegar ao mais próximo disso, a exemplo dos países com os melhores indicadores sociais do mundo, a exemplo de países nórdicos, como a Suíça, Suécia, Finlândia e Noruega. Entretanto, na maioria dos casos, representados por países subdesenvolvidos, o conceito de “bem-estar social” não passa de uma mera abstração legal, ao escancarar-se as realidades sociais destes países, em que se insere a realidade tributária, que recai sobre as dificuldades dos



empreendedores em se manterem em suas atividades.

O próprio Código Tributário Nacional ratifica que “os tributos são impostos, taxas e contribuições de melhoria” (CTN, 1966, s/p, grifo nosso), o que não se materializa ao identificarmos os estudos de caso na literatura pertinente ao tema das dificuldades dos empreendedores em relação aos impostos no Brasil.

3 METODOLOGIA

A metodologia apresenta os processos que serão utilizados para demonstrar os objetivos do referido trabalho. De acordo com Marconi e Lakatos (2017, p. 31) “não há ciência sem o emprego dos métodos científicos”, ou seja, é de suma importância a definição dos procedimentos metodológicos para a elaboração da pesquisa científica.

Sendo assim, para o presente trabalho, quanto à abordagem a pesquisa se enquadra como qualitativa, em forma de amostragem, tendo em vista que buscou identificar quais as maiores dificuldades enfrentadas pelo empreendedor brasileiro, por meio de um estudo de caso em uma empresa paraibana do setor comercial localizada no município de Cabedelo/PB – EXJET EXTINTORES.

Nesta perspectiva, segundo Malterud (2001), a pesquisa de amostragem valida as informações levantadas pelo pesquisador considerando que estas representam um grupo de outros objetos de pesquisa da mesma temática, ou seja, aponta para uma dada realidade maior a partir de uma observação de menor escala.

Para Godoy (1995, p. 62-63), a respeito da pesquisa qualitativa, “nessa abordagem valoriza-se o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo estudada. [...]. Os pesquisadores qualitativos tentam compreender os fenômenos que estão sendo estudados a partir da perspectiva dos participantes”. Ainda para esta autora,

algumas características básicas identificam os estudos denominados “qualitativos”. Segundo esta perspectiva, um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada. Para tanto, o pesquisador vai a campo buscando “captar” o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes. Vários tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a dinâmica do fenômeno (GODOY, 1995, p. 60).

Quanto à natureza, tem-se que a pesquisa foi básica, pois não contou com recursos experimentais. E quanto aos objetivos foi de natureza exploratória, visando a acessibilidade do tema em relação ao seu entendimento. No que tange ao procedimento técnico, a pesquisa foi realizada por meio do levantamento de dados, com a aplicação de um questionário contendo 9 (nove) questões subjetivas, elaboradas como forma de responder aos objetivos geral e específicos, estipulados para essa pesquisa. O referido instrumento de coleta de dados, foi respondido pelos únicos 2 (dois) empreendedores da empresa, foco do presente estudo de caso. No início do questionário, os participantes precisaram estar de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para obtenção do livre acesso às perguntas, concordando em responder às perguntas de forma voluntária.

O questionário de pesquisa foi aplicado de forma presencial, através da disponibilização do mesmo em folha impressa. Destaca-se também que, uma via do questionário foi disponibilizada após o preenchimento do TCLE.

Quanto à confidencialidade, os dados obtidos só poderão ser manuseados pela pesquisadora e não será permitido o acesso a outras pessoas, afim de manter a privacidade dos



entrevistados. Os resultados deste trabalho poderão ser expostos/conferidos publicamente, mas de modo geral, sem revelar o nome ou qualquer informação que esteja diretamente ligada aos entrevistados.

4 ESTUDO DE CASO

4.2 Perfil dos entrevistados

No que concerne ao perfil dos entrevistados da presente pesquisa, algumas informações básicas podem ser encontradas no Quadro 2. Além disso, com a finalidade de primar pela confidencialidade dos entrevistados, os mesmos foram denominados de Pessoa 1 (P1) e Pessoa 2 (P2).

Quadro 2 - Perfil dos entrevistados

	Idade	Escolaridade	Gênero	Tempo empreendendo
P1*	48 anos	Ensino Médio Incompleto	Masculino	5 anos
P2**	54 anos	Ensino Superior Completo	Masculino	30 anos

* Pessoa 1

** Pessoa 2

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

4.3 Burocracia e tributação como problemas

Quando questionados a respeito das maiores dificuldades ao empreender, P1 destacou que a burocracia é a responsável pelas maiores dificuldades em empreender, enquanto P2 afirmou que *“no início do nosso negócio, os maiores desafios foram adquirir experiência e conhecer o mercado, se adaptar às variações das demandas e sobreviver aos meses iniciais, faturar o suficiente para pagar despesas e fornecedores”* (grifo nosso). Conforme grifado, nestas despesas citadas por P2, estão as despesas relacionadas à tributação em forma de impostos para o empreendedor se manter no mercado.

Em matéria de burocracia, um artigo publicado pelo G1, intitulado “Abrir empresa no Brasil é exercício de paciência contra a burocracia”, já coloca em discussão a burocracia como empecilho para os empreendedores. De acordo com a matéria, “São dois meses só para abrir a empresa. Já para conseguir todas as licenças e alvarás, são mais de nove meses de espera” (G1, 2017, online). A matéria segue a comparando a burocracia do Brasil em relação a outros países:

O Mate, fundador da empresa, é alemão. Cinco anos atrás, quando começou o negócio no Brasil, achou que tinha ficado perdido por ser estrangeiro. Agora, não pensa mais assim. Ele acabou de abrir uma loja nos Estados Unidos, enquanto a segunda, em São Paulo, está lá, tentando sair do papel (G1, 2017, *on-line*).

O entrevistado da matéria detalha:

Lá, somando todos os processos, todas as etapas, demorou menos de um



dia para fazer o processo inteiro, o que aqui no Brasil cinco anos atrás demorou cinco a seis meses e hoje de novo para abertura de nossa filial na Faria Lima está demorando de cinco a seis meses (G1, 2017, *on-line*).

A diretora de Relações Institucionais da Endeavor, Marcela Zonis, destaca que “não tem uma central unificada onde o empreendedor vai lá e consiga resolver tudo. Cada parte do governo vai tocando a sua parte do processo e falta uma visão do todo para gente entender o processo como único” (G1, 2017, *on-line*). A tabela 4 apresenta um *ranking* com a posição do Brasil sobre análise de quantidade de tempo para abrir uma empresa:

Países (em ranking de colocação)	Quantidade de dias
1° Camboja	99 dias
2° Haiti	97 dias
3° Eritreia	84 dias
4° Suriname	84 dias
5° Brasil	79,5 dias

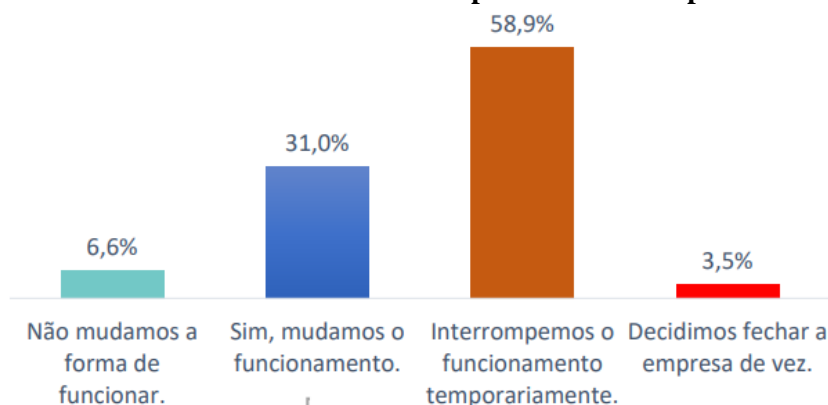
Fonte: Relatório *Doing Business*, Banco Mundial (2018).

Portanto, como se pode perceber, 1 ano após a matéria do G1 analisada, o Brasil melhorou no quesito, entretanto, ainda está muito distante do que seria ideal, de acordo com outras buscas, observou-se que nos Estados Unidos, por exemplo, o tempo estimado para abrir uma empresa é de 2 dias.

Apesar da diferença do tempo percorrido pelos entrevistados no empreendedorismo, identifica-se um elemento em comum nas respostas: as dificuldades impostas pelo Estado, da burocracia dos trâmites legais até a arrecadação de impostos. Em relação às dificuldades, hoje, em 2021, a pandemia foi o denominador comum para ambos, o que sugere pensar em como a pandemia da COVID-19 tornou-se um evento à parte na história do mundo, assolando elementos negativos nos setores sociais. Em relação a este evento, P2 afirma que “*nosso desafio para este ano de 2021 é restabelecer o desempenho comercial da empresa, afetado pelos longos meses da pandemia*” (grifo nosso).

Apesar das dificuldades impostas pela pandemia, o pensamento dos entrevistados segue otimista. Quando questionados sobre o que os motiva a continuar empreendendo em 2021, P1 afirma sobre a oportunidade de gerar empregos o motiva e P2 afirma que “*na expectativa da retomada do crescimento econômico do país, vendas e serviços devem demandar; e nossa empresa estará pronta para atender e de forma gradativa crescer e atender objetivos*”, ou seja, uma perspectiva de retomada no crescimento em nível mais amplo motiva o entrevistado.

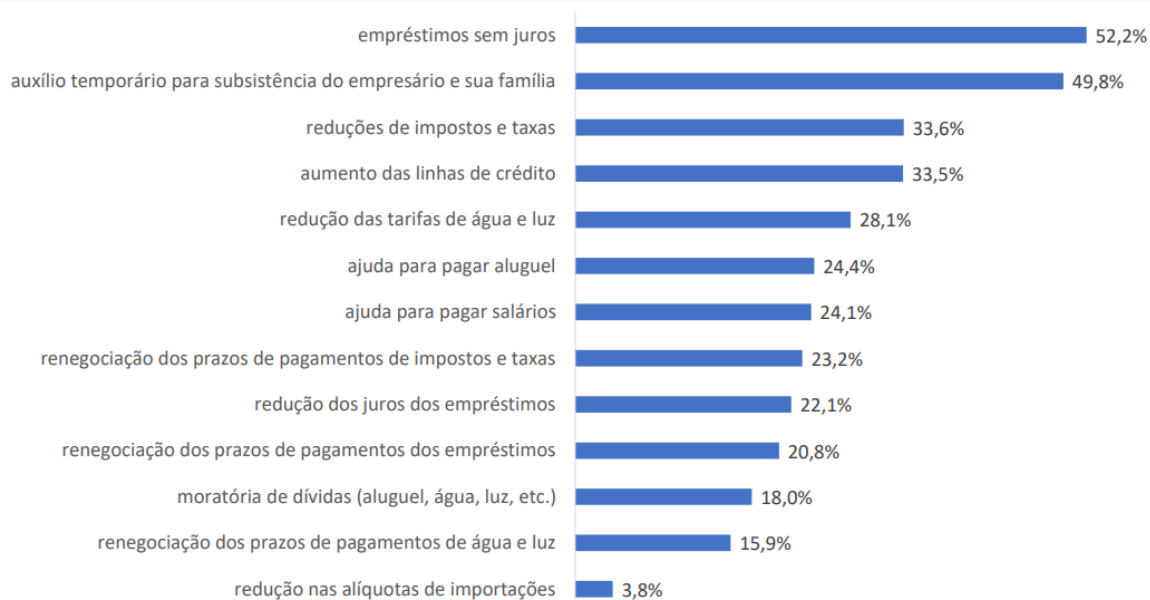
De acordo com dados publicados pelo SEBRAE, 31% das empresas no Brasil tiveram que mudar o seu formato durante a pandemia para manterem sua saúde financeira: “A pandemia de coronavírus mudou o funcionamento de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil, o que equivale a 31% do total. Outras 10,1 milhões, ou 58,9%, interromperam as atividades temporariamente” (SEBRAE, 2020a, *on-line*, grifo nosso destacando a gravidade do contexto para o empreendedorismo).

**Gráfico 1 - Funcionamento de empresas durante a pandemia**

Fonte: SEBRAE (2020, *on-line*).

De acordo com o gráfico, analisa-se que, diante da população participante do estudo, 58,9% interromperam o funcionamento de suas empresas temporariamente, um dado alarmante para o ramo do empreendedorismo; outros 31% mudaram o funcionamento; enquanto 6,6% não mudaram a forma de funcionamento, o que é uma expressa minoria; e, 3,5% decidiram fechar a empresa de vez, o que é catastrófico para o mercado.

Ainda a respeito desta pesquisa do SEBRAE (2020), quando questionados sobre o que o Estado poderia fazer para amenizar os impactos a estes empreendedores, as respostas se apresentaram da seguinte forma:

Tabela 5 - Propostas de medidas que poderiam ser adotadas pelo governo de acordo com pesquisa

Fonte: SEBRAE (2020, *on-line*).

Ao analisarem o cenário dos negócios na Paraíba, P1 avalia que o cenário está em recuperação, ou seja, infere-se uma ideia de retomada dos números afetados pela pandemia; P2, por sua vez, em uma análise mais problematizadora destaca que “a burocracia, principalmente municipal e a tributação estadual; principais fatores de desincentivo a empreendedores”. Portanto, novamente se pontua as dificuldades nos trâmites burocráticos da



máquina estatal como elementos desestimuladores para empreendedores e possíveis empreendedores.

As características que identificam este empreendedores, a partir da autoanálise deles são:

Quadro 3 - Características pessoais dos entrevistados atribuídas por eles

P1	P2
Determinação Iniciativa	Serviços e produtos de qualidade Satisfação do cliente Atendimento Organização

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Em relação à pergunta, P2 ainda complementa destacando como limitações a “capacidade de produção de bens e serviços”.

A respeito do tema “tributações”, P1 afirma que “gostaria de entender melhor”, o que sugere a falta de informação do Estado no incentivo ao empreendedorismo, o que não corresponde com a velocidade pela qual é exercido o dever do Estado em cobrar proventos pecuniários deste empreendedores, sem o mínimo de incentivo e interesse na manutenção destes no mercado. Pensamos ainda que seria de interesse do próprio Estado o crescimento destes empreendedores, uma vez que movimentaria a economia, geraria mais emprego e produziria mais tributos para o caixa estatal. No entanto, o que se vê é uma distância entre Estado e empreendedor suficiente para que algum empreendedor vá à falência sem que o Estado sequer saiba.

De acordo com pesquisa da Confederação Nacional das Indústrias (CNI), de 2019, os impostos de ICMS são os maiores responsáveis pelos impactos negativos à competitividade no mercado:

Gráfico 2 - Tributos de maior impacto negativo sobre a competitividade

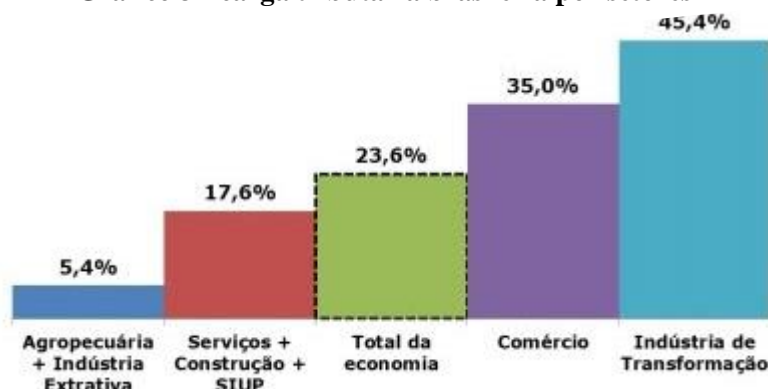


Fonte: CNI (2019, *on-line*).

Como se pode observar, o ICMS é, de longe, o vilão dos impostos, que vem acompanhado de outros para a carga tributária do empreendedor, como PIS/Confins, responsável por 16%; contribuições previdenciais do INSS, com 16%; IRPJ/CSLL, com 7%; IPI, com 5%; ISS, com 1%; e 14% dos pesquisados não responderam. A carga tributária brasileira, por sua vez, se apresenta da seguinte forma, analisada por setores:



Gráfico 3 - carga tributária brasileira por setores



Fonte: Usinagem Brasil (2021, *on-line*).

Conforme observado, a carga tributária sobre o comércio (área de maior atividade no empreendedorismo) chega a casa dos 35%, atrás apenas da indústria de transformação, que corresponde a 45,4% da carga tributária, seguidos do total da economia em 23,6%; serviços, construção e SIUP com 17,6%; e, agropecuária e indústria extrativa, com 5,4%. Ou seja, uma discrepância gravíssima em termos de tributação e desincentivo a certos setores da economia, a exemplo do setor comercial. Segundo dados do SEBRAE, de 2020, os custos referentes à impostos que as empresas pagam estão na casa dos 35,9% da vida financeira das empresas, o que corresponde a mais de 1/3 do que estas empresas movimentam (SEBRAE, 2020).

P2, por sua vez, analisa que “sobre o sistema de tributação, nosso conhecimento é o básico, nosso contador é o principal responsável pela interpretação e aplicação legal”, ou seja, o conhecimento básico do entrevistado se encaixa ainda no primeiro caso, em que não se tem uma atenção do Estado em inserir os empreendedores na linguagem financeira do Estado, em sentido pedagógico e de colaboração. Tem-se ainda a figura do contador enquanto responsável pela movimentação tributária do mercado, entretanto, as movimentações do contador deveriam ser compreendidas pelos empreendedores, que não possuem conhecimento do assunto em razão da ausência do Estado.

Em relação aos impostos cobrados a estes enquanto empreendedores, eles enumeram quais são cobrados, em que P1 afirma categoricamente “*todos*” e P2 elenca “*FGTS, ICMS antecipado, ICMS com substituição tributária, DAS, GPS*”, ou seja enquanto P2, ao enumerar, passa uma ideia de grande quantidade, P1 reforça essa ideia ao abranger todos de forma literal, curta, objetiva e preocupante, com o mesmo nível de crítica observado a partir de P2, passando a ideia do senso comum de que “se fosse enumerar demoraria”, com a licença científica para uso de citação do senso comum.

Em relação aos impactos pecuniários em termos de valores, quando questionados sobre os impostos mais elevados na hora de contribuir P1 destaca “*ICMS e impostos federais*”, enquanto P2 destaca os “*estaduais ICMS*”, afirmando serem altíssimos, nas palavras do entrevistado. A respeito do vínculo empregatício dos contadores, P1 afirma que seu contador é “*terceirizado, por opção*” e P2 afirma que seu contador é “*externo, por sermos uma empresa de pequeno porte, tornando inviável financeiramente a contratação em período integral*”.

Ou seja, em ambos os casos é possível pensar que os custos de ter um contador como funcionário não faz parte da realidade de muitas empresas, tendo como hipótese a questão destas destinarem uma grande quantidade pecuniária apenas para se manterem ativas, burocrática e legalmente falando.



5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, em resposta ao problema de pesquisa e das análises empreendidas, seja em forma de contexto, seja em forma de dados empíricos, é possível compreender as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores e novos empreendedores quanto à tributação e burocratização da máquina estatal, dificultando a manutenção e inviabilizando novos empreendimentos.

Diante da pesquisa realizada através deste trabalho, podemos perceber as dificuldades do empreendedor brasileiro para se manter no mercado, desde a burocracia até a arrecadação de impostos. Percebe-se, também, a falta de conhecimento em determinadas áreas por parte dos empreendedores e a falta de atenção do Estado com os mesmos.

Estas dificuldades estão expostas na literatura pertinente ao tema, oriundas de dados empíricos e bibliográficos. Semelhantemente, os dados empíricos têm ampla divulgação na rede mundial de computadores (internet), o que sugere uma ênfase ao tema e problema discutido pelo nosso trabalho.

Entretanto, mesmo diante do quadro problemático, os dados do Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019) apresentam interesse de novos empreendedores, alguns com conhecimento da realidade tributária outros com pouco ou nenhum conhecimento deste mundo da tributação empresarial.

Pode-se ressaltar, ainda, que no Brasil as pessoas têm muita vontade de empreender e de colocar a ideia para fora do papel, mas é muito importante buscar conhecimentos e estudar sobre o mercado de trabalho antes de qualquer tomada de decisão, tendo em vista a construção de um negócio duradouro e sustentável.

De acordo com Martins, Veiga e Cortez (2020), o empreendedorismo tornou-se uma opção de trabalho para muitas pessoas, tendo em vista a escassez de emprego decorrente da crise financeira que o país vem enfrentando, identificando, assim, novos empregos e gerando rendas. Atualmente, o jovem não sonha em ser apenas mais um estagiário com uma função qualquer em uma determinada empresa e isso se dá pois a busca por liberdade, propósito de vida e independência está aflorada na maioria dos jovens.

O interesse pelo empreendedorismo tem novos adeptos, os chamados “novos empreendedores” e muitos que desistiram de empreender, após uma tentativa difícil agravada pelos problemas propostos por esta pesquisa.

Por fim, consideramos a necessidade do acompanhamento e de pedagogicamente o Estado promover incentivo aos empreendedores, seja na gestão da tributação seja na promoção de meios para crescimento destes empreendedores, considerando que estes empreendedores crescendo o Estado também lucra, conforme analisado na pesquisa.

Diante da gravidade do problema, ansiamos por mais pesquisas sobre o tema, sobretudo em estudos que analisem casos na Paraíba, para enriquecimento da literatura local.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Adelar Francisco, & BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. In: *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539 2. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 9 de set. 2021.



BRAGA, T. P. *A visão do brasileiro acerca do ato de empreender no Brasil: Percepção do grau de dificuldade de se empreender em função de cada componente macroambiental*. TCC Graduação. São Paulo, 2018

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 3p. 2005

CNI. *ICMS é o tributo mais prejudicial à indústria, dizem empresários*. 2019, online. Disponível em <<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/economia/icms-e-o-tributo-mais-prejudicial-a-industria-dizem-empresarios/>> Acesso em 25/11/2021.

CNT – *Código Tributário Nacional*. Brasília, 1966.

COELHO, Eduardo Nogueira Lopes. *O empreendedorismo no Brasil: Possibilidades, problemas e desafios*. Trabalho de Conclusão de Curso. Brasília: UNICEUB, 2009.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990.

DRUCKER, Peter F. *A Nova Era da Administração*. São Paulo: Pioneira, 1992.

FERREIRA, F. L.; BANDEIRA, P. O.; GONÇALVES, C. A. Mindset, dificuldades em se empreender e o Potencial Empreendedor: Uma abordagem confirmatória com estudantes graduandos em administração. In: *Revista de Ciências da Administração*, v.21, n.55, 2019.

FILON, Louis Jacques (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In: *Revista de Administração*. v. 34 (2), (Abril-Junho), pp. 05-28. Disponível em: <file:///C:/Users/atendimento03/Desktop/Filion_1999_Empreendedorismo—empreendedor_18122.pdf> Acesso em: 2021 set. 09.

FISCHER, Augusto; NODARI, Tânia M. dos Santos; FEGER, José Elmar; Empreendedorismo: Algumas reflexões quanto às características. In: *Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, v.7, n.1, p. 39-52, 2008. Disponível em: <https://unoesc.emnuvens.com.br/race/article/view/378/122>. Acesso em: 6 set. 2021.

FURTADO, Celso. *Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico*. 10.ed. rev. São Paulo:Paz e Terra. 2000.

G1. *Abrir empresa no Brasil é exercício de paciência contra a burocracia*. 2017, online. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/11/abrir-empresa-no-brasil-e-exercicio-de-paciencia-contraburocracia.html>> Acesso em 25/11/2021.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: *Revista de Administração de Empresas*, v.35, n.2, 1995.

HISRICH, R. D.; Peters, M. P.; SHEPERD, D. A. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Grupo A, 2014. 9788580553338. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338/>. Acesso em: 9 set. 2021.



- LE GOFF, Jacques. *A civilização do ocidente medieval*. Petrópolis: Vozes, 2018.
- LEITE, Emanuel F. Formação de Empreendedores e o papel das Incubadoras. In: Universidade Católica de Pernambuco. In: *Anais Iº Encontro Nacional de Empreendedorismo*, Florianópolis: UFSC 1999.
- MALTERUD, K. *Qualitative research: Standards, challenges, and guidelines*. S/C: S/E, 2001.
- MARTINS, Larissa Paula; VEIGA, Heila Magali da Silva; CORTEZ, Pedro Afonso. Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. *Revista de Psicologia, Fortaleza*, v. 11, n. 2, p. 60-70, jul./dez. 2020. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/53165/1/2020_art_lpmartinshmsveiga.pdf Acesso em: 29 nov. 2021.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Administração Para Empreendedores: Fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MIRANDA, M. S. de.; ALTAF, J. G.; TROCCOLI, I. R. Empreender no brasil: um estudo exploratório sobre alguns dos desafios aos jovens. In: *Revista FACEF*, v.17, n.2, 2014.
- MOTA, Juliana Pinheiro. Por Conta Própria Encarte Especial Sua Carreira. In: *Revista Veja*, pp. 70-72. São Paulo: Abril, 2000.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças de. *Manual de consultoria empresarial/ conceitos, metodologias, práticas*. São Paulo: Atlas, 2007.
- PINCHOT III, Gifford. *Intrapreneuring: Porque você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor*. São Paulo: Editora Harbra Ltda, 1989.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Editora Nova Cultural LTDA. São Paulo, 1997.
- SEBRAE. *O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios*. 2020a, online. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 25/11/2021.
- SEBRAE. *O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios - 2ª Edição*. 2020b, online. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf> Acesso em 25/11/2021.
- SILVA, J. A. B. da.; SILVA, M. S. V. Análise da evolução do empreendedorismo no brasil no período de 2002 a 2016. In: *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, v.3, n.2, 2019.
- SILVA, L. C. *Empreender no Brasil: Da necessidade ao sonho. Fatores históricos, políticos, econômicos e sociais*. TCC Pós-Graduação. Brasília: UNICEUB, 2015.
- TAJRA, S. F. *Empreendedorismo: Conceitos e aplicações*. São Paulo: Saraiva, 2019.



9788536531625. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536531625/>. Acesso em: 14 set. 2021.

USINAGEM BRASIL. *Carga tributária na indústria de transformação é de 45%*. 2021, online. Disponível em <<http://www.usinagem-brasil.com.br/9422-carga-tributaria-na-industria-de-transformacao-e-de-45/>> Acesso em 25/11/2021.