

MATEUS CERQUEIRA ANÍCIO MORAIS

**POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO NO
ÂMBITO MUNICIPAL BRASILEIRO: O CASO DE BELO HORIZONTE - MG**

Dissertação apresentada à Universidade
Federal de Viçosa, como parte das
exigências do Programa de Pós-Graduação
em Administração, para obtenção do título
de *Magister Scientiae*

VIÇOSA
MINAS GERAIS - BRASIL
2017

MATEUS CERQUEIRA ANÍCIO MORAIS

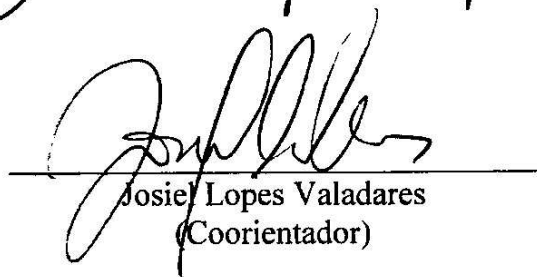
**POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO NO
ÂMBITO MUNICIPAL BRASILEIRO: O CASO DE BELO HORIZONTE - MG**

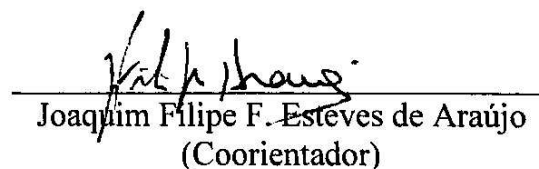
Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

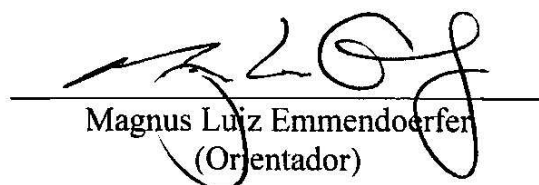
APROVADA: 23 de fevereiro de 2017.


Cândido Vieira Borges Junior


Rodrigo Gava


Josiel Lopes Valadares
(Coorientador)


Joaquim Filipe F. Esteves de Araújo
(Coorientador)


Magnus Luiz Emmendoerfer
(Orientador)

Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca Central da Universidade Federal
de Viçosa - Campus Viçosa

T

M827p
2017

Morais, Mateus Cerqueira Anício, 1991-
Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no âmbito
municipal brasileiro : o caso de Belo Horizonte - MG / Mateus
Cerqueira Anício Moraes. - Viçosa, MG, 2017.
xvi, 122f. : il. (algumas color.) ; 29 cm.

Inclui anexo.

Inclui apêndices.

Orientador: Magnus Luiz Emmendoerfer.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f.99-106.

1. Política pública. 2. Empreendedorismo. 3. Administração
pública. I. Universidade Federal de Viçosa. Departamento de
Administração e Contabilidade. Programa de Pós-Graduação em
Administração. II. Título.

CDD 22 ed. 351.8151

EPÍGRAFE

“A fé e a razão constituem como que as duas asas pelas quais o espírito humano se eleva para a contemplação da verdade.” (São João Paulo II).

“Totus tuus Mariae”

DEDICATÓRIA

A Deus, fonte de toda a sabedoria, a Thaís Vasconcelos V. Moraes, minha amada esposa. Aos meus Pais, Manoel A. A. Moraes e Luciene B. C. Moraes, a minha querida irmã Mariana C. Moraes, meus exemplos de amor, carinho e dedicação.

AGRADECIMENTOS

Com o coração cheio de alegria por estar finalizando mais uma etapa acadêmica na minha vida, que me aproxima ainda mais da realização dos meus sonhos, eu tenho somente o que agradecer, primeiramente, a meu Deus, que não se cansa de me presentear com o seu amor misericordioso, que me deu a vida, a vocação e a graça de ter sempre ao meu lado pessoas que fazem dos meus desafios diários um verdadeiro meio de crescimento e de conquistas.

Agradeço a minha amada esposa, Thaís Vasconcelos V. Moraes, por ser para mim fonte de inspiração em todos os momentos. Você me acompanhou em cada página aqui escrita, se mostrou essencial e construiu comigo a realização dos meus objetivos, que no devido tempo, se tornaram “nossos”. Agradeço pela sua presença sempre oportuna nas horas de alegria e de cansaço, sou feliz por ter você ao meu lado vivendo e vencendo comigo qualquer circunstância!

Agradeço aos meus pais, Manoel A. A. Moraes e Luciene B. C. Moraes, por sempre me apoiarem e estarem comigo, por muitas vezes terem se sacrificado nas pequenas coisas a fim de garantir para mim nada menos que o melhor. Agradeço a Mariana C. Moraes, minha querida irmã e verdadeira amiga. Nossa família é para mim fonte de muita alegria, é uma base firme que Deus me deu para construir os meus sonhos, o amor de vocês foi, é e sempre será motivação para minhas conquistas.

Essa família cresceu durante o período do mestrado, não posso deixar de agradecer meus sogros Sebastião Venil e Eva Assis Venil, meu cunhado Marcos Augusto Vasconcelos, pelo apoio incondicional que me deram durante todo meu tempo de Viçosa, essa conquista também é de vocês.

Agradeço também a todos os familiares, avós, tios, primos e a todos os meus amigos de Coronel Fabriciano – MG que estão sempre torcendo por mim. Agradeço aos amigos que fiz em Viçosa – MG, que me acolheram de braços abertos nessa cidade, aonde vivi tantas coisas boas, aonde construí raízes. Tenho muita gratidão pelo apoio que recebi dos meus afilhados, comadres, compadres e de todas as amigas duradouras que construí aqui, na Renovação Carismática Católica (RCC) de Viçosa, no Ministério Universidades Renovadas (MUR). Agradeço por cada oração que fizemos juntos, por serem para mim a comunidade de fé que tanto me aproximou de Deus e que me auxiliou em todos os dias que passei na Universidade.

Quero agradecer a todos do Departamento de Administração e Contabilidade da UFV, aos professores, pela dedicação de cada um de vocês, sou muito grato pelo saber adquirido em cada aula, conversas de “corredor” ou durante o lanche nos intervalos. Agradeço aos técnicos administrativos Weliton, Luiz, Luiza, Soraya, Paulo, Marcelo, Carmem e Tiago por todo apoio, por estarem sempre disponíveis a me auxiliar durante esse tempo de trabalho.

Agradeço de forma especial a meu amigo e orientador Prof. Magnus Luiz Emmendoerfer, por todos esses anos de orientação e companheirismo, que começou em 2012 com minha primeira iniciação científica. Obrigado por me direcionar e por apoiar os meus projetos pessoais durante todos esses anos, se nesse momento realizo um grande sonho, tenha certeza que é fruto das oportunidades que me deu, e da confiança que sempre depositou em mim. Por falar nos meus primeiros passos na pesquisa, agradeço também ao Prof. Josiel L. Valadares, por cada conselho amigo e por me ensinar, pelo exemplo, a não desistir de lutar pelos meus sonhos, não importando quais sejam as dificuldades.

Agradeço ao meu coorientador Prof. Joaquim Filipe por se disponibilizar, com toda boa vontade a contribuir com meu trabalho, mesmo estando em outro continente. Deixo meus agradecimentos também ao Prof. Cândido Borges, pelo auxílio que me deu em momentos importantes dessa pesquisa, e ao Prof. Rodrigo Gava por ter aceitado o convite para compor minha banca de pesquisa, suas opiniões certamente enriquecerão esse trabalho.

Ao meus amigos, Brendow O. Fraga e Alcielis Neto por sempre me trazerem alegrias em momentos difíceis. Aos meus colegas do Grupo de Pesquisa Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos (GDTeC): Gilberto, Alice, Bárbara, Zé Ricardo, Cynthia e Maria de Belém por terem vivido comigo esse tempo dedicado à pesquisa. Agradeço aos meus colegas de turma, em especial aos amigos do CREPE: Karina Matos, Fernanda Magalhães e Wesley Mendes, por estarem sempre comigo, me trazendo muita alegria durante a pós-graduação. Sei que iremos longe, “ao infinito e além”. Agradeço a CAPES pelo incentivo à pesquisa e pela bolsa de estudos.

Só tenho a agradecer a todos que me apoiaram e torceram por mim durante esses anos, que contribuíram para a conquista de mais este sonho.

A todos vocês: **Muito Obrigado!**

BIOGRAFIA

MATEUS CERQUEIRA ANÍCIO MORAIS, filho de Manoel Abelard Anício Moraes e Luciene Bertulina Cerqueira Moraes, nasceu no dia 20 de dezembro de 1991, na cidade de Coronel Fabriciano, Minas Gerais.

Em 2010, iniciou o curso de graduação em Ciências Econômicas na Universidade Federal de Viçosa, graduando-se em janeiro de 2015. Em março de 2015, ingressou no Programa de Pós-Graduação em Administração, em nível de Mestrado, no Departamento de Administração e Contabilidade (DAD/UFV) da mesma Universidade.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| LISTA DE QUADROS | x |
| LISTA DE FIGURAS..... | xi |
| LISTA DE SIGLAS..... | xii |
| RESUMO..... | xiv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| 1 INTRODUÇÃO | 1 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO..... | 5 |
| 2.1 O empreendedor e o empreendedorismo | 5 |
| 2.2 O empreendedorismo como foco de políticas públicas..... | 8 |
| 2.3 Fatores determinantes do empreendedorismo..... | 14 |
| 2.3.1 Determinantes da demanda por empreendedores..... | 16 |
| 2.3.2 Determinantes da oferta de empreendedores | 17 |
| 2.4 Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo | 22 |
| 2.4.1 Políticas públicas de empreendedorismo e de pequenas e médias empresas (PMEs)..... | 27 |
| 3 PERCURSO METODOLÓGICO..... | 34 |
| 3.1 Estudo de Caso..... | 35 |
| 3.2 O caso de Belo Horizonte - MG | 36 |
| 3.3 Coleta de Dados | 38 |
| 3.4 Análise de Dados | 44 |
| 3.5 Limitações da Pesquisa..... | 45 |
| 4 AS PROPOSTAS DE BELO HORIZONTE PARA O FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO | 47 |
| 5 ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS PARA O EMPREENDEDORISMO EM BELO HORIZONTE - MG..... | 59 |
| 5.1 A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) | 59 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 5.2 | O Conselho de Desenvolvimento Econômico Municipal (CODECOM) .. | 66 |
| 5.3 | O Programa BH Metas e Resultados..... | 68 |
| 5.4 | A disposição das políticas de fomento ao empreendedorismo entre as organizações municipais de Belo Horizonte | 73 |
| 6 | CARACTERIZANDO A ATUAÇÃO DO GOVERNO MUNICIPAL | 78 |
| 6.1 | Atuação municipal sobre os determinantes do empreendedorismo | 78 |
| 6.1.1 | Ações sobre a Demanda: Criando oportunidades no município (G1) . | 79 |
| 6.1.2 | Ações sobre a oferta de empreendedorismo: Habilidades e Recursos (G3) | 83 |
| 6.1.3 | Ações sobre os retornos de se tornar um empreendedor (G5) | 85 |
| 6.1.4 | Os determinantes pouco explorados pela prefeitura de Belo Horizonte (G2 e G4) | 89 |
| 6.2 | Análise e discussão dos dados sobre o caso de Belo Horizonte e suas políticas de Empreendedorismo e de PME..... | 92 |
| 7 | CONCLUSÃO | 96 |
| 8 | REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 99 |
| | ANEXOS | 107 |
| | ANEXO A: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido..... | 108 |
| | APÊNDICES..... | 110 |
| | APÊNDICE A: Roteiro de entrevista SEBRAE minas – Lei Geral da MPE ... | 111 |
| | APÊNDICE B: Roteiro de entrevista gerência de coordenação do plano de desburocratização | 112 |
| | APÊNDICE C: Roteiro de entrevista SEBRAE minas – educação empreendedora | 113 |
| | APÊNDICE D: Roteiro de entrevista GESAI - Gerência de Suporte à Análise de Investimentos | 114 |

| | |
|--|-----|
| APÊNDICE E: Roteiro de entrevista Gerência do Projeto Sustentador Turismo em BH..... | 116 |
| APÊNDICE F: Roteiro de entrevista GBHR-Gerência da Central de Atendimento Presencial - Bh Resolve | 117 |
| APÊNDICE G: Roteiro de entrevista FEMICRO | 119 |
| APÊNDICE H: Roteiro de entrevista Gerência de Suporte às Ações de Fomento às Micros e Pequenas Empresas – GEAMP..... | 120 |
| APÊNDICE I: Roteiro de entrevista Assessoria Especial e Coordenação do BH 2030 | 121 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1. Tipos de Empreendedorismo | 12 |
| Quadro 2. Elementos de intervenção pública para o empreendedorismo | 24 |
| Quadro 3. Comparação entre as características das Políticas de PME e de Empreendedorismo | 29 |
| Quadro 4. Lista de documentos analisados | 41 |
| Quadro 5 Codificação dos Entrevistados | 43 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Os determinantes do empreendedorismo | 16 |
| Figura 2. Classificação da intervenção pública sobre o empreendedorismo | 23 |
| Figura 3. A interface entre Políticas de PMEs e de Empreendedorismo | 30 |
| Figura 4. Localização do município de Belo Horizonte – MG | 36 |
| Figura 5. Articulação dos instrumentos de gestão..... | 53 |
| Figura 6. Planejamento de Longo Prazo da Prefeitura de Belo Horizonte | 55 |
| Figura 7. Estrutura organizacional da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDES) | 60 |
| Figura 8. : Estrutura organizacional BH Metas e Resultados – Eixo Prosperidade | 70 |
| Figura 9. As esferas de fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte..... | 76 |
| Figura 10. A Atuação de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo | 78 |
| Figura 11. Políticas de empreendedorismo e Políticas de PME em Belo Horizonte..... | 94 |

LISTA DE SIGLAS

ACOM - Assessoria de Comunicação Social do Município
APEC – Asia – Pacific Economic Cooperation
BDMG - Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais
BeloTur - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte
BH – Belo Horizonte
BH Resolve - Central de Atendimento Presencial da Prefeitura de Belo Horizonte
BHTEC - Parque Tecnológico de Belo Horizonte
CadSinc - Cadastro Sincronizado Nacional
CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CentroCAPE - Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
CODECOM - Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico
EJA - Educação de Jovens e Adultos
FEMICRO - Federação das Associações de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte
FIEMG - Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
FUNDEBH Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico de Belo Horizonte
GAPI - Gerencia de Atração e Promoção de Investimento
GCPD - Gerência de Coordenação do Plano de Desburocratização
GEAMP - Gerência de Suporte às Ações de Fomento às Micro e Pequenas Empresas
GEM - Global Entrepreneurship Monitor
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPTU – Imposto sobre Propriedade Predial e Territorial Urbana
ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza
ITBI - Imposto de Transmissão de Bens Imóveis Inter-Vivos,
JUCEMG - Junta Comercial de Minas Gerais
LDO - Diretrizes Orçamentárias
LOA - Lei de Orçamento Anual
MDS - Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MEI - Microempreendedores Individuais
MPE – Micro e Pequenas empresas
MTur - Ministério do Turismo
OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development

PBMR – Programa BH Metas e Resultados
PIB – Produto Interno Bruto
P&D – Pesquisa e Desenvolvimento
PME - Pequenas e Médias Empresas
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPAG - Plano Plurianual de Governo
PPP - Parcerias Público-Privadas
PROEMP - Programa de Incentivo à Instalação e Ampliação de Empresas
RT - Responsável Técnico
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SEDECTES - Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
SIATU - Sistema de Administração Tributária e Urbana
SMAAS – Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Social
SMADE - Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico
SMAM - Secretaria Municipal Adjunta de Modernização
SMAPU - Secretaria Municipal Adjunta de Planejamento Urbano
SMARI - Secretaria Municipal Adjunta de Ralações Internacionais
SMASAN – Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional
SMATE - Secretaria Adjunta de Trabalho e Emprego
SMATI - Secretaria Municipal Adjunta de Tecnologia da Informação
SMDE - Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico
SMF - Secretaria Municipal de Finanças
SMGO - Secretaria Municipal de Governo
SMIC - Secretaria Municipal de Indústria e Comercio
SMMA - Secretaria Municipal do Meio Ambiente
SMOBI – Secretaria Municipal de Obras e Infra-estrutura
SMPL – Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Informação
SMPS – Secretaria Municipal de Políticas Sociais
SMSA – Secretaria Municipal de Saúde
TI - Tecnologia da Informação
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

RESUMO

MORAIS, Mateus Cerqueira Anício, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, fevereiro de 2017. **Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo no Âmbito Municipal Brasileiro: o Caso de Belo Horizonte - MG.** Orientador: Magnus Luiz Emmendoerfer. Coorientadores: Joaquim Filipe Ferraz Esteves de Araújo e Josiel Lopes Valadares.

O objetivo desta pesquisa é compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte - MG, por meio de políticas públicas, no fomento ao empreendedorismo no período de 2009 a 2016. Essa pesquisa se insere em um campo de estudos pouco explorado na literatura acadêmica brasileira, em um contexto de introdução crescente do tema “empreendedorismo” nas agendas de políticas públicas dos governos de diversos âmbitos. A ambição manifestada pela prefeitura de Belo Horizonte nos últimos oito anos, de se tornar um polo de empreendedorismo de referência no Brasil, oferece a oportunidade de entender o contexto de fomento ao empreendedorismo a partir da realidade de um município brasileiro. Para tanto, utilizou-se diferentes técnicas de coleta de dados qualitativos, dentre elas a pesquisa documental e pesquisa de campo, compostas por observações e entrevistas com roteiro semiestruturado. Observou-se que são diversos os fatores “determinantes” do nível da atividade empreendedora em uma sociedade, de maneira que as possibilidades de atuação dos governos não se restringem a ações puramente econômicas, mas abrangem também medidas sobre a cultura, a educação e outros campos de fomento. Esse contexto convida os dirigentes públicos a elaborarem políticas abrangentes e integradas de incentivo ao empreendedorismo de maneira a convergirem os esforços despendidos internamente (entre seus órgãos e secretarias) e externamente (entre outras organizações e unidades federativas) para fomentar o empreendedorismo. Com base nessa perspectiva foi possível evidenciar que o governo municipal se apresenta como importante agente no processo de integração das organizações públicas e privadas para o fomento ao empreendedorismo, isso devido à sua proximidade com o âmbito local, com os munícipes e suas organizações, configurando assim, um cenário propício para a criação de uma arena de formulação e implementação de políticas públicas que integre os diversos atores interessados em fortalecer a atividade empreendedora local. Em um contexto brasileiro, pautado pela dispersão das ações públicas e privadas para o fomento ao empreendedorismo, e pela baixa autonomia institucional dos governos municipais, o caso estudado se mostrou

importante para entender a necessidade, bem como a possibilidade de se aplicar uma abordagem eclética e integrada de fomento ao empreendedorismo nos municípios.

ABSTRACT

MORAIS, Mateus Cerqueira Anício, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, February, 2017. **Public Policies to Foster Entrepreneurship in the Brazilian Municipal Sphere: the Case of Belo Horizonte - MG.** Advisor: Magnus Luiz Emmendoerfer. Co-advisors: Joaquim Filipe Ferraz Esteves de Araújo and Josiel Lopes Valadares.

The objective of this research is to understand the performance of the municipal government of Belo Horizonte - MG, through public policies, in the promotion of entrepreneurship in the period from 2009 to 2016. This research is inserted in a field of studies little explored in the Brazilian academic literature, in a context of the increasing introduction of the theme "entrepreneurship" in the public policy agendas of the governments of diverse scopes. The ambition expressed by Belo Horizonte City over the last eight years, to become a reference center for entrepreneurship in Brazil, offers the opportunity to understand the context of fostering entrepreneurship based on the reality of a Brazilian municipality. For this, different techniques of qualitative data collection were used, among them, documentary research and field research, composed by observations and interviews with semi-structured script. It was observed that there are several "determinants" of the level of entrepreneurial activity in a society, so that the possibilities of government policies are not restricted to purely economic actions, but also include measures on culture, education and other fields. This context invites public leaders to develop embracing and integrated policies to encourage entrepreneurship in a way that converges the efforts expended internally (among their agencies and secretariats) and externally (among other organizations and federative units) to foster entrepreneurship. Based on this perspective, it was possible to show that the municipal government presents itself as an important agent in the process of integrating public and private organizations in order to promote entrepreneurship, due to its proximity to the local level, with its citizens and its organizations, forming thus, a favorable scenario for the creation of an arena for the formulation and implementation of public policies that integrate the various stakeholders interested in strengthening the local entrepreneurial activity. In a Brazilian context, based on the dispersion of public and private actions for the promotion of entrepreneurship, and the low institutional autonomy of municipal governments, the case studied was important to understand the need, as well as the possibility of applying an eclectic and integrated perspective of fostering entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo, bem como seus desdobramentos teóricos e práticos, tem ganhado espaço nas agendas dos governos, entidades de classe e outras organizações, sendo entendido como um importante fator de incentivo ao crescimento econômico, para a geração de empregos e aumento da renda (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Uma literatura crescente vem sendo elaborada para se entender a relação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico (APARICIO; URBANO; AUDRETSCH, 2016; APARICIO; URBANO; GÓMEZ, 2016; CASTAÑO, MARÍA-SOLEDAD; MÉNDEZ; GALINDO, 2016; LADO-SESTAYO, 2013; PRIEGER *et al.*, 2016; SMITH; CHIMUCHEKA, 2014; URBANO; APARICIO, 2016), para relacionar o papel das novas firmas e a alavancagem da renda e queda do desemprego (AUDRETSCH; THURIK, 2001; AUDRETSCH; GRILO; THURIK, 2007; FREYTAG; THURIK, 2010), bem como mensurar a influência da atividade empreendedora sobre as diferentes variações do PIB entre as nações (ÁCS; AUTIO; SZERB, 2014; CARREE *et al.*, 2002; CASTAÑO, MARÍA-SOLEDAD; MÉNDEZ; GALINDO, 2015; VAN PRAAG; VERSLOOT, 2007). Tais produções acadêmicas apontam para correlações positivas entre a abertura de novas firmas, a criação de empregos, inovação, aumento da produtividade e, de certo modo, para o crescimento econômico dos países.

As evidências apontadas pela literatura são refletidas na introdução da temática nas agendas de políticas públicas, e por fim, na adoção de práticas voltadas para o avanço do empreendedorismo em vários países do mundo (AUDRETSCH *et al.*, 2007). Os governos tem buscado realizar políticas de incentivo ao empreendedorismo, mediante a planos de ação para comunidades internacionais (EUROPEAN COMMISSION, 2004b; OECD, 1998), políticas nacionais de apoio ao empreendedorismo (MORAIS, 2012; NATIONAL COMMISSION ON ENTREPRENEURSHIP, 2002), bem como, através de planos municipais para a criação de um ambiente propício para negócios e desenvolvimento de novas empresas (BELO HORIZONTE, 2009).

Esse contexto demonstra o espaço dado ao empreendedorismo nas agendas de política pública em nível global. Nesse sentido, Lundström e Stevenson (2006) ressaltam que a formulação de tais políticas é repleta de desafios devido à complexidade

do tema, isso porque muitas são as áreas de políticas que afetam a atividade empreendedora na sociedade (ex.: políticas de comércio, políticas regulatórias, políticas trabalhistas, sociais, de gênero).

Para os autores, isso implica que políticas satisfatórias no campo do empreendedorismo necessitam de serem formuladas e implementadas a partir de uma abordagem integrada. No que se refere aos governos, uma política pública em empreendedorismo se torna adequada à medida que seja elaborada com base em estruturas “horizontais” que promovam a integração dos esforços de vários atores pulverizados no território nacional (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Apesar do destaque dado ao Brasil pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) no que se refere à capacidade empreendedora de sua população, mesmo em meio aos críticos entraves para o desenvolvimento de empreendimentos no país (MACEDO, 2014), as políticas públicas brasileiras de fomento ao empreendedorismo ainda se encontram incipientes.

Spink (2013) afirma que o “campo de fomento ao empreendedorismo” no Brasil se caracteriza pelo seu caráter híbrido e complexo. Sarfati (2013, p. 43) afirma, “no Brasil, as políticas públicas se fracionam entre diversas instituições federais, estaduais e municipais, não havendo qualquer claro ponto focal dos programas. Os programas se sobrepõem entre os diversos níveis da federação”. Nesse sentido, segundo o autor, União, Estados e Municípios elaboram e implementam diversas políticas públicas que afetam o empreendedorismo, entretanto, são esforços dispersos.

Os âmbitos nacionais e regionais concentram a maior parte das ações de suporte ao empreendedorismo, entretanto, os municípios, aonde as políticas públicas são implementadas, tem ganhado espaço entre os estudos focados no fomento ao empreendedorismo (NOLAN, 2003; POTTER, 2005; SKICA *et al.*, 2013). Isso ocorre porque as diferenças econômicas regionais e as características específicas de cada localidade tem exigido uma microabordagem sobre o suporte a esse fenômeno.

Além disso, os governos locais assumem um importante papel para a promoção do empreendedorismo, uma vez que eles tendem a conhecer melhor as realidades das localidades que governam, por serem indispensáveis agentes do desenvolvimento de um ambiente empreendedor, além de oferecerem importantes complementos para as políticas formuladas pelos níveis nacionais e regionais (SKICA *et al.*, 2013).

Em termos teóricos, tem-se que, apesar das diversas pesquisas e orientações a políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em âmbito local existentes na literatura (HOFER; DELANEY, 2010; NOLAN, 2003; POTTER, 2005; POTTER, 2007), poucas são as pesquisas brasileiras sobre políticas públicas de fomento ao empreendedorismo que visam expor a realidade municipal (BURGOS; COSTA, 2013a; BURGOS, COSTA, 2013b; DA SILVA; PRADO; COSTA, 2013; SARFARTI; FERNANDES, 2013), essa evidência pode ser constatada a partir da busca por artigos da área, em revistas científicas brasileiras relacionadas ao tema, em portais de pesquisa, como periódicos CAPES e em anais de eventos brasileiros especializados em empreendedorismo. O que denota uma lacuna teórica a ser preenchida por novas pesquisas, haja vista a importância do empreendedorismo para a economia local (POTTER, 2005).

Em termos empíricos, é possível evidenciar, como já citado nessa introdução, uma crescente inclusão do empreendedorismo nas agendas dos governos, com o propósito de atuar sobre o nível de emprego e renda das localidades. Nesse sentido, se destaca o caso do município de Belo Horizonte que nos últimos oito anos tem apresentado em seu plano de governo a ambição de ser reconhecido como um polo de empreendedorismo no Brasil. A capital mineira expõe o objetivo de se tornar um polo de desenvolvimento de pequenos negócios a nível nacional (BELO HORIZONTE, 2009), despendendo, assim, uma série de recursos e esforços para sua realização.

Esse cenário oferece a oportunidade para buscar entender “**como um governo municipal brasileiro atua para fomentar o empreendedorismo?**”. A partir do caso de Belo Horizonte é possível promover *insights* sobre a realidade municipal frente às políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, contribuindo assim para o conhecimento sobre a gestão pública municipal no contexto das diversas ações governamentais brasileiras para incentivar o empreendedorismo.

Nesse sentido, o **objetivo geral** desta dissertação é compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte - MG, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo no período de 2009 a 2016. Para atingir esse objetivo pretende-se atender os seguintes **objetivos específicos**:

(1) Mapear as políticas públicas realizadas pelo município de Belo Horizonte – MG em prol do fomento ao empreendedorismo;

(2) Caracterizar a atuação do governo municipal sobre o fomento ao empreendedorismo de Belo Horizonte a partir da teoria existente;

A estrutura desse trabalho está dividida em oito sessões, além dessa introdutória, será apresentada na próxima seção a fundamentação teórica, a seção três apresentará o percurso metodológico realizado nessa pesquisa. A análise e discussão dos resultados são desenvolvidas nos três capítulos que se seguem, além do capítulo conclusivo da dissertação, por fim, são descritas as referências bibliográficas desse trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A fim de se entender o campo de fomento ao empreendedorismo e o papel das políticas públicas nesse sentido, torna-se interessante de serem apresentadas inicialmente as noções básicas sobre empreendedorismo assumidas nesse trabalho, bem como a relação desse fenômeno com alguns elementos de interesse público.

2.1 O empreendedor e o empreendedorismo

O empreendedorismo é um conceito multidimensional e seu campo na literatura não é reconhecido pelos seus consensos (HÉBERT *et al.*, 1989; VAN PRAAG, 1999; WENNEKERS *et al.*, 2002), por esse motivo sua definição varia de acordo com o foco de cada pesquisa.

São duas as principais correntes de pesquisas que procuram definir o conceito de empreendedorismo. A corrente da “Administração” procura defini-lo como algo que os empreendedores “fazem”, ou como aspectos comportamentais manifestados por esses indivíduos. A tentativa de se abrir um novo negócio ou promover a expansão de uma organização existente, por exemplo, é vista por Reynold *et al.*, (1999) como uma ação empreendedora. Wennerkers e Thurik (1999) por sua vez entendem o empreendedorismo como a percepção de novas oportunidades econômicas e a introdução de novas ideias no mercado. Shane e Eckhardt (2003) o assumem como um processo sequencial que envolve descoberta, avaliação e exploração de oportunidades além de ser um conjunto de habilidades próprias de indivíduos que trilham esse processo. Nesse mesmo sentido, a European Commission (2004a) define o empreendedorismo como uma mentalidade e um processo necessário para a criação e desenvolvimento de atividades econômicas, que envolvem a tomada de riscos, a criatividade e a inovação.

Outros estudos que procuram definir o empreendedorismo podem ser encontrados na corrente econômica e societal (LUNDSTROM e STEVENSON, 2006). Nessa vertente, os trabalhos definem o empreendedorismo sob uma perspectiva ampla, como um sistema econômico que envolve empreendedores, o governo e todo um arranjo legal e institucional favorável à atividade empreendedora (LOWREY, 2003), ou como a relação existente entre o empreendedor e o ambiente ao seu redor (MORRIS, 1996). Nessa corrente teórica, o empreendedorismo é apresentado como uma parte integral da sociedade, uma expressão das atividades empreendidas por diversos atores sociais, que

envolve a interação de instituições capazes de criar um ambiente propício para esse fenômeno (NUTEK, 2003). Sob essa perspectiva, um ator como o governo se torna importante para criar um ambiente favorável para os indivíduos empreendedores.

Na elaboração de seu modelo de políticas públicas de empreendedorismo, Lundstrom e Stevenson (2006) define o empreendedorismo como um fenômeno social que emerge dentro de um contexto amplo na sociedade, que envolve diversos atores e que resulta na criação de novos negócios e no desenvolvimento de firmas já estabelecidas.

Não só a definição do conceito de empreendedorismo é um desafio para as pesquisas, uma questão muito presente nas discussões sobre esse fenômeno está ligada a própria figura do empreendedor. A final, todos os donos de negócios podem ser considerados como empreendedores, ou apenas alguns indivíduos inovadores, de firmas orientadas para o crescimento, devem ser identificados sob esse rótulo?

Baumol(1993) descreve duas definições recorrentes na literatura, segundo ele, alguns autores consideram o empreendedor como alguém que cria, organiza e opera uma nova firma, outros por sua vez, definem esse ator como alguém que transforma intenções e ideias em atividades economicamente viáveis, independente se ele, ou ela, criam ou fazem parte de alguma empresa. A definição desse conceito varia de acordo com os objetivos de cada pesquisa.

No que se refere ao campo de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, existem dificuldades em se definir quem são os empreendedores, bem como na convergência de indicadores sociais relacionados a esse ator (OECD, 1998). A variação desse conceito ao redor do mundo dificulta generalizações e comparações entre os países, o que se configura como um grande desafio para pesquisas nessa área. Nesse campo, muitos trabalhos assumem como equivalentes o conceito de empreendedorismo e “proprietários de negócios” (*business ownership/ self-employment*), sendo que este último também possui variações conceituais entre as pesquisas (VERHEUL *et al.*2002).

A exposição e classificação de tais definições exige um estudo aprofundado nesse sentido, que foge do escopo do presente trabalho. Nessa pesquisa assume-se a perspectiva de Lundström e Stevenson (2006) que adotam uma visão processual sobre o empreendedorismo. Para os autores os empreendedores “são pessoas que, em diferentes

etapas da vida, seja de iniciação, administração [ou] crescimento de seus negócios, se encontram sobre algum estágio de sua jornada empreendedora” (LUNDSTRÖM e STEVENSON, 2006, p. 42).

Os autores fazem uso do conceito de “processo empreendedor” (*entrepreneurial process*) que por sua vez, “é o processo pelo qual os indivíduos se tornam conscientes sobre o empreendedorismo como opção ou alternativa viável, desenvolvem ideias para negócios, aprendem o processo de se tornarem empreendedores, e, [por fim], empreendem a iniciação e desenvolvimento de um negócio” (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Isso significa que, num continuum de sua vida empreendedora, os indivíduos podem se tornar empreendedores nascentes (*nascent entrepreneurs*), empreendedores individuais (*solo-entrepreneurs*), microempreendedores (*micro-entrepreneurs*), empreendedores de estilo de vida (*life-style entrepreneurs*), empreendedores de alto crescimento (*high-growth entrepreneur*) e outras denominações, de acordo com a trajetória de cada um.

Esse conceito, portanto, assume uma perspectiva dinâmica sobre o empreendedorismo, de forma a abarcar diversas definições presentes na literatura. Além do mais, entender o empreendedorismo como um processo, permite a construção de um paradigma abrangente de políticas públicas de fomento, de forma que não estejam limitadas a apenas uma categoria, ou a um nicho específico, uma vez que o processo empreendedor apresenta todas as fases que envolvem a trajetória empreendedora dos indivíduos.

É interessante perceber, porem, algumas premissas existentes no conceito adotado por esses autores, que também serão assumidas na presente pesquisa. Primeiramente, ao se adotar o processo empreendedor como referência conceitual é importante ter em mente que, nessa perspectiva, os “empreendedores” são somente os indivíduos proprietários de firmas, em segundo lugar entende-se que não necessariamente os negócios desses empreendedores irão crescer, ou se tornarem inovadores, isso depende da trajetória pessoal de cada indivíduo. Tem-se, portanto, que um pequeno empreendimento pode ser iniciado, existindo apenas para subsistência de seu proprietário e assim permanecer por todo o seu ciclo de vida, ou por outro lado, com o passar dos anos se tornar uma firma de elevado crescimento, em ambos os casos seus proprietários seriam considerados empreendedores.

Esse conceito é condizente com as reflexões de Morris e Webb (2014) os quais defendem que os empreendimentos que surgem, frequentemente se apresentam diferentes daquilo que foi pretendido pelos seus inventores, isso acontece porque o processo empreendedor é imprevisível e incontrolável. Os autores consideram um erro estabelecer que os indivíduos já saibam toda a trajetória que será percorrida pelos seus empreendimentos. Para Morris *et al.* (2015) um fato é claro, “quando um empreendimento é iniciado, não é possível de se estar certo de sua sobrevivência, mas também não se sabe o que irá surgir” (MORRIS *et al.*, 2015, p. 9, tradução nossa).

Esses autores ressaltam a importância da visão não econômica sobre o empreendedorismo, que envolve as dimensões humanas existentes no processo de abertura e desenvolvimento de novas firmas. Valendo-se de estudos em Cognição Empreendedora (BARON, 1998; MITCHELL *et al.*, 2002; GRÉGOIRE *et al.*, 2011) os autores apontam que a criação e desenvolvimento de novos negócios transcendem a dimensão racional dos indivíduos, esse processo inclui emoções, impulsos e outras respostas psicológicas que emergem como reação aos vários desafios existentes no processo empreendedor. Nesse sentido, os empreendedores não só moldam os empreendimentos criados por eles, mas também, são moldados pela própria criação (MORRIS *et al.*, 2015).

Os autores afirmam o seguinte: “De fato, a criação e sustentabilidade de uma empresa envolve três fenômenos paralelos que se interagem: a emergência de uma oportunidade, a emergência de um empreendimento e a emergência de um empreendedor” (MORRIS *et al.*, 2015, p. 9, tradução nossa). Isto posto, pode-se entender que essa perspectiva sugere que o empreendedor emerge da experiência de se empreender (MORRIS *et al.*, 2015), ele não preexiste, é moldado pelos desafios (MORRIS *et al.*, 2012), ele é fruto de seu ambiente (VERHEUL, 2002), se torna um empreendedor ao longo do tempo (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Sob esse paradigma é possível discorrer sobre o papel das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, mas antes disso, convém entender as justificativas para se aplicar fundos públicos para incentivar mais pessoas a se tornarem empreendedoras.

2.2 O empreendedorismo como foco de políticas públicas

Muitos acadêmicos concordam que a década de 1970 foi um período de mudanças críticas sobre a tendência de baixas taxas de empreendedorismo de longo

prazo (BLAU, 1987; CARREE, 2001; VERHEUL *et al.* 2002). Durante a maior parte do Século XX as grandes firmas foram vistas como o verdadeiro motor da economia mundial, nelas se concentravam as expectativas de desenvolvimento de novas tecnologias, inovação e crescimento econômico. Em um período marcado pela estabilidade, continuidade e homogeneidade dos mercados (AUDRETSCH; THURIK, 2001) a eficiência e a produtividade se baseavam na exploração da economia de escala e de escopo, o que configurou a formação de grandes corporações verticalizadas, voltadas para integração de toda cadeia produtiva que as envolviam. As pequenas empresas apresentavam pouca notoriedade e sua preservação estava mais ligada a valores democráticos e políticos do que econômicos (VERHEUL *et al.*,2002).

O final do século foi marcado por grandes mudanças estruturais em diversos âmbitos da economia, os acadêmicos viram as grandes firmas se dissolverem nos mercados, e passando por profundas transformações em seus tamanhos e atividades. Nesse contexto, pequenas e médias empresas, especialmente em fase juvenil, entraram em uma tendência numérica de ascensão (WENNEKERS; THURIK, 1999).

Alguns *insights* para se entender esse fenômeno são apresentados por Verheul *et al.*(2002), que ressaltam o papel do desenvolvimento tecnológico, da inovação e da globalização no processo aproximação e criação de novos mercados, e que, em convergência com uma série de outros fatores sociais e econômicos, resultaram em um ambiente dinâmico, interligado e dotado de maiores riscos e incertezas, favorável para a criação de firmas de pequeno e médio porte, adequadas a um novo paradigma em ascensão. Nesse contexto o empreendedorismo emergiu como um fenômeno a ser aproveitado pelos mercados, e também a ser incentivado pelos governos, uma vez que a eficiência e a tecnologia foram assumidas também pelos pequenos empreendimentos (VERHEUL, 2002).

Lundsström e Stevenson (2006) apontam para um escalar interesse dos estudiosos sobre as políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no início do século XXI. Os autores ressaltam que essa tendência está relacionada com o crescente número de autores que apontam para uma aproximação entre o empreendedorismo e as taxas de crescimento econômico, além da contribuição das novas firmas para a criação de postos de emprego e renovação da economia. Com base nessa literatura, os autores destacam: “esses trabalhos apontam, e reforçam, a crítica contribuição das novas firmas

para a criação de empregos, inovação, produtividade e crescimento econômico” (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006, p. 6, tradução nossa).

Morris *et al.* (2015) apontam para o mesmo sentido, destacando que se tem aumentado o número de trabalhos que demonstram os novos empreendimentos como importantes fatores para se promover a competitividade, a criação de valor para os consumidores, a criação de postos de trabalho, a arrecadação de tributos, e, de maneira geral, para aumentar o bem estar da sociedade. Por isso, na opinião desses autores, o empreendedorismo deve ser incentivado por meio de políticas públicas.

Audretsch *et al.* (2007) destacam que não necessariamente para que o empreendedorismo se espalhe nas economias, o governo deva gerar incentivos. Segundo os autores, as próprias leis do mercado são capazes de levar o número de empreendedores para um nível ótimo (como foi o caso das mudanças pós-1970), entretanto, salientam o importante papel governamental no processo de fomento a esse fenômeno. Lundström e Stevenson (2006), por sua vez, argumentam que o empreendedorismo tende a florescer aonde é incentivado.

Apesar das diversas observações existentes sobre a contribuição do empreendedorismo nos vários aspectos do desenvolvimento econômico (ACS *et al.* 2009; ACS; STOUGH, 2008; LAZEAR, 2005, STOREY, 1994), existem questionamentos sobre efetividade de se encorajar todos os tipos de empreendedorismo na sociedade. Morris *et al.* (2015) evidencia que uma nova vertente tem surgido nas produções acadêmicas sobre esse assunto, composta por autores que afirmam que encorajar mais pessoas a se tornarem empreendedoras através de políticas públicas é uma ideia ruim, e por isso, uma má aplicação dos recursos públicos (BRUSH *et al.*, 2004; DELMAR *et al.*, 2003; STANGLER, 2010).

Shane (2009) caracteriza como um “perigoso mito” acreditar que o fomento para a abertura de novas empresas em geral transforma as economias, gera inovação e promove o emprego. O autor argumenta que o surgimento de firmas que realmente promovem um elevado crescimento é esporádico e minoritário. Na prática o autor salienta que, para cada empresa de impacto, fomentada por recursos públicos, com o porte da *Google* e *Walmart*, existem milhares de pequenas empresas beneficiadas que não inovam, não crescem e não oferecem grande número de empregos. Nesse sentido, investir recursos públicos no incentivo em *start ups* em geral, representa um desperdício de recursos sociais.

Algumas pesquisas evidenciam a forte propensão das firmas em falharem logo em seus primeiros anos de existência (CARREE; THURIK, 2003; LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; OECD, 2002). Além do mais, muitos dos empreendimentos criados não apresentam elevado crescimento, ou inovação, e a maioria deles permanecem pequenos por todo seu ciclo de vida e também não se tornam grandes empregadores (MORRIS *et al.*, 2015; WIKLUND; SHEPHERD, 2003).

Nesse sentido Shane (2009) afirma que é necessário “reconhecer que apenas um seleto número de empreendedores vai gerar negócios que [...] reduzem o desemprego, criam mercados mais competitivos e aprimoram o crescimento econômico” (SHANE, 2009, p.163, tradução nossa). Portanto, sua posição, e também de outros que argumentam nesse sentido, é a de que políticas públicas mais eficientes em empreendedorismo devem estar orientadas para fomentar aquelas empresas tidas por *high growth firms* (firmas de elevado crescimento/gazelas), que normalmente são de base tecnológica e de elevado potencial de inovação (ex. *Google, e-Bay, Amazon, Walmart*). Em termos de políticas públicas, Shane (2009) aconselha aos governos a pararem de subsidiar “típicas *start ups*” e investirem os fundos públicos em empresas de elevado crescimento, a fim de promover um empreendedorismo de alta qualidade.

Com base no trabalho de Morris *et al.*(2015) é possível entender que essa perspectiva se tornou dominante entre os artigos que discutiam o assunto naqueles anos. Em contrapartida, os autores constroem uma série de argumentos favoráveis a uma abordagem ampla de fomento ao empreendedorismo, eles ressaltam: “um argumento produtivo, portanto, é aquele que se destaca por uma visão mais integrada de diferentes firmas interagindo em um ecossistema empreendedor” (MORRIS *et al.*,2015).

Para eles, a diversificação de firmas fomentadas (por políticas focadas não apenas sobre empresas de alto crescimento) confere robustez ao ecossistema empreendedor, uma vez que, na visão dos autores, os empreendimentos estão todos interligados pelos mercados, como que por uma “cadeia alimentar”, de forma que um oferece suporte aos outros por meio da prestação de produtos e serviços. Nessa perspectiva, manter o foco em apenas um tipo de empreendimento é negligenciar uma realidade interdependente das firmas, que, incentivadas em seus vários tipos e estágios, tendem a beneficiar a economia como um todo, em seus aspectos de crescimento, emprego e renda (MORRIS *et al.*,2015).

Tendo em vista a diversificação de políticas públicas para o incentivo de todos os tipos de empresa, os autores valem-se de uma classificação, detalhada por Morris *et al.*(2016), para agrupar diferentes firmas em um portfólio passivo de políticas específicas e inter-relacionadas.

As categorias são formadas com base em outros esforços de sínteses, aplicados sob um período de 50 anos de produção acadêmica. Como resultado, foram construídas quatro categorias que diferenciam os diversos tipos de firmas, tendo por base a orientação para o crescimento, a inovação, o reinvestimento de ganhos, os retornos das mesmas, os principais *stakeholders* e também, os principais desafios enfrentados pelos empreendimentos (MORRIS *et al.* 2015). O Quadro 1 demonstra as categorias segundo os estudos dos autores.

Quadro 1. Tipos de Empreendedorismo

| Categorias | Descrição |
|---|---|
| Empresas de Sobrevivência (<i>Survival ventures</i>) | Promove a subsistência básica para o empreendedor e sua família, normalmente não possuem instalações e possuem poucos ativos. Apresentam poucas relações bancárias e frequentemente não existem diferenciações entre os recursos da empresa e de seus proprietários. Em sua maioria são empresas informais, motivadas por necessidades básicas dos indivíduos, geralmente os retornos são pouco reinvestidos nas firmas. São empreendimentos que tipicamente concorrem em mercados competitivos, com pouca variedade de produtos. |
| Empresas Estilo de Vida (<i>Lifestyle ventures</i>) | Formada por empreendimentos que proveem um estável retorno para seus proprietários, que de maneira modesta reinvestem em seus negócios, a fim de manter uma competitividade no mercado local. São empreendimentos que frequentemente adotam modelos básicos de negócios e de gestão, que em sua maioria possuem instalações (normalmente apenas um estabelecimento), e o número de colaboradores se mantém constantes ao longo dos anos. |
| Empresas de Crescimento Gerenciado (<i>Managed growth ventures</i>) | Composto por empresas que possuem um modelo viável de negócio e que buscam um crescimento estável em longo prazo, ocasionalmente produzem novos produtos e expandem seus mercados e suas instalações. Assim, criam uma forte marca local e regional. Ao longo do tempo se desenvolvem de maneira estável, mantendo o reinvestimento de seus ganhos para o crescimento da organização. |
| Empresas de elevado (agressivo) crescimento (<i>aggressive/high growth ventures</i>) | Conhecidas como gazelas, são empresas de base tecnológica, dotadas de elevada capacidade inovadora e crescimento exponencial. São firmas orientadas por buscas de oportunidades e criação de mercados, normalmente presentes no mercado nacional e internacional. |

Fonte: Elaboração própria, baseado em Morris *et al.*(2015)

A partir dessa classificação, Morris *et al.* (2015) assumem a posição de que todos os tipos de empreendimentos importam e por isso, todos deveriam ser encorajados. Essa perspectiva não somente contribui para a construção de políticas públicas amplas e integradas de fomento ao empreendedorismo, como apontam alguns modelos teóricos (AUDRETSCH *et al.* 2007; LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; VERHEUL *et al.*, 2002), mas também contribui para o reconhecimento do papel de cada tipo de empreendimento na economia.

Nesse sentido, os autores ressaltam o elevado potencial das *high growth firms* para a criação de novos mercados através das inovações, bem como para a geração de um grande número de postos de trabalhos, elas tendem a impor uma dinâmica de avanços na economia, aprimorando assim a competitividade global das nações. Por outro lado, é demonstrada também a importância das empresas de sobrevivência (*survival ventures*) para retirar pessoas da extrema pobreza além de promover ocupações para os desempregados, de modo que seja possível a eles, pelo menos auferirem os bens e serviços básicos de consumo (MORRIS *et al.*, 2015).

As empresas estilo de vida (*Lifestyle ventures*), segundo os autores, exercem um papel estabilizador nas economias locais, pagando impostos, reinvestindo nas comunidades e comercializando os produtos locais. Por fim, os empreendimentos de crescimento gerenciado (*Managed growth ventures*), assumem o mesmo papel das empresas estilo de vida, entretanto, essas firmas possuem maior poder de mercado, empregam mais pessoas e possuem maior potencial inovador (MORRIS *et al.*, 2015).

No que se referem a políticas públicas, os autores apontam para uma abordagem baseada em portfólios, construída sobre a premissa de que todo o tipo de empreendedorismo deva ser incentivado, sendo que cada empreendimento possui suas especificidades de demanda e atendem a expectativas específicas do poder públicos. Essa perspectiva contradiz as proposições de Shane (2009), que defende apenas o fomento de *high growth firms*. Tais divergências oferecem oportunidade para analisar a realidade estudada nessa pesquisa, para entender a visão adotada pelo governo pelo horizonte, por meio da análise de suas políticas públicas de fomento ao empreendedorismo.

Na próxima seção serão apresentados os possíveis fatores que determinam o empreendedorismo em uma sociedade.

2.3 Fatores determinantes do empreendedorismo

A busca por se entender os fatores determinantes das diferenças de empreendedorismo entre os países e regiões se tornou um esforço de alguns teóricos da área (CARREE *et al.*, 2002; VERHEUL *et al.*, 2002; WENNERKES *et al.*, 2002).

Verheul *et al.* (2002) apontam para uma natureza eclética e interdisciplinar do fenômeno do empreendedorismo que abrange aspectos geográficos, financeiros, administrativos, sociológicos, políticos e outras vertentes. Os autores destacam que são multifatoriais os determinantes do nível de empreendedorismo de uma sociedade. No mesmo sentido, a OECD (2000) atesta que não existe apenas um único conjunto de causas para determinar o aumento ou o declínio do número de empreendedores, entretanto, uma gama de fatores tecnológicos, econômicos, institucionais e culturais tende a influenciar amplamente a atividade empreendedora entre os indivíduos.

Ao desenvolver essa perspectiva, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) apresenta um modelo dotado dos determinantes do empreendedorismo, a partir dos quais políticas públicas podem atuar a fim de exercer influência sobre o desempenho, quantidade e sobre o tipo de empreendedorismo entre os países (OECD, 2009). Segundo a organização, os determinantes do empreendedorismo podem ser alocados em grupos, sendo eles: (i) o ambiente regulatório; (ii) a cultura; (iii) P&D e tecnologia; (iv) acesso a recursos; (v) capacidades empreendedoras; e (vi) condições do mercado.

Por esse motivo, estudos sobre os determinantes do empreendedorismo não são exclusividade de uma área específica, a título de exemplo, tem-se a economia, que estuda os impactos do empreendedorismo sobre o crescimento econômico, o desenvolvimento tecnológico promovido pela atividade empreendedora, bem como os custos de oportunidade envolvidos no processo empreendedor. Estudos em psicologia estão focados em motivação e características existentes nos empreendedores, a demografia estuda o impacto da composição demográfica sobre o empreendedorismo e por fim, em sociologia se encontram temas relacionados ao *background* dos indivíduos, que influenciam a decisão pelo empreendedorismo (VERHEUL *et al.*, 2002).

Lundström e Stevenson (2006) apontam que o conhecimento sobre os aspectos que afetam o empreendedorismo na sociedade ainda está sendo construído. De maneira geral, os autores apontam cinco dimensões, que em interação na sociedade, parecem

exercer influencia sobre os níveis de empreendedorismo, são elas: (i) Dimensões estruturais, macroeconômicas e demográficas; (ii) Dimensões Culturais; (iii) Dimensões Pessoais (humanas); (iv) Dimensão da Densidade de PME e da Dinâmica Empreendedora; (v) Dimensão de Políticas Públicas.

A partir dessas classificações de fatores (cujo efeito sobre o empreendedorismo permanece obscuro) são ressaltados pelos autores ao menos três aspectos que claramente afetam esse fenômeno: primeiramente, a importância de baixas barreiras de entrada e saída de empresas no mercado, que garantem dinamismo e vitalidade econômica, em segundo lugar que, os fatores econômicos, sociais, culturais e políticos influenciam o empreendedorismo, e como terceiro ponto é ressaltada a importância de se entender o contexto dos países, pois ele exerce influencia sobre o nível de empreendedorismo.

O primeiro relatório da GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) (REYNOLDS et al.,1999) aponta que maiores taxas de empreendedorismo estão possivelmente relacionadas ao:

(i)Grau de “percepção de oportunidades” que os membros de uma sociedade possuem, e a capacidade de persegui-las [...]; (ii) Infraestrutura apropriada (capital, serviços profissionais, transferências de P&D e mercados de trabalhos flexíveis); (iii) Crescimento populacional; (iv) Elevados níveis educacionais; (v) Cultura positiva frente ao empreendedorismo. (LUNDSTRÖM *et al.*,2006)

Em conformidade com essas perspectivas, Verheul *et al.*,(2002) constroem uma “teoria eclética do empreendedorismo”, com o objetivo de elaborar um arquétipo adequado para explicar as mudanças globais no que se refere ao nível de empreendedorismo das nações.

Para explicar esse fenômeno, os autores destacam que existem diferentes níveis de análise sobre os determinantes do empreendedorismo, em nível **micro** se encontram os trabalhos voltados para se entender a decisão dos indivíduos em se tornarem empreendedores ou não (BLANCHFLOWER, 2000), em nível **meso** as pesquisas estudam os determinantes específicos de mercado, tal como oportunidades de lucro, e por fim, em nível **macro** se concentram os trabalhos que agregam argumentos da abordagem micro e meso, a fim de se construir uma perspectiva voltada para uma série de fatores ambientais, como é o caso de variáveis culturais, tecnológicas e econômicas (CARREE *et al.*, 2001). A abordagem construída por Verheul *et al.*(2002) abrange os

vários níveis, a fim de se entender a interação dos diversos fatores que afetam o empreendedorismo. A Figura 1 ilustra o modelo construído pelos autores.

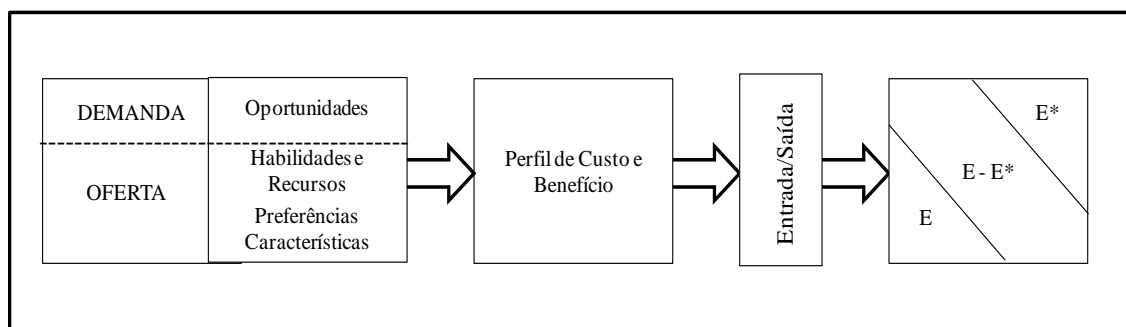


Figura 1. Os determinantes do empreendedorismo

Fonte: Verheul *et al.* (2002)

Na Figura 1, é possível perceber a distinção entre fatores de oferta e de demanda representados no modelo. Isso ocorre porque, para se entender a realidade do empreendedorismo na sociedade, os autores valem-se da teoria de oferta e demanda, aplicando-a assim no contexto do empreendedorismo em escalas macro, meso e micro de análise.

2.3.1 Determinantes da demanda por empreendedores

De maneira geral, o lado da demanda por empreendedorismo, representa **oportunidades para se empreender**, sobre ela agem os fatores relacionados às preferências do mercado. Em uma perspectiva **macro** da demanda, é possível ressaltar alguns fatores que influenciam o empreendedorismo, dentre eles os principais são: o Desenvolvimento Econômico; o Desenvolvimento Tecnológico e a Globalização.

O Desenvolvimento Econômico possui um impacto ambíguo sobre o número de empreendedores na economia, podendo influenciar de maneira positiva ou negativa sobre as firmas, isso depende do estágio de crescimento econômico em que se encontra o país, ou das diferentes vias pelas quais esse fator irá afetar o empreendedorismo. (VERHEUL *et al.*, 2002). Segundo os autores, em certa medida, o crescimento da economia tende a contribuir para o aumento dos salários, bem como para o aprimoramento das medidas de segurança social, nesse sentido, o custo de oportunidade para se empreender aumenta, diminuindo assim a propensão dos indivíduos a se tornarem empreendedores. Por outro lado, o aumento da renda dos consumidores oferece maiores oportunidades de vendas, demandando, portanto, mais empreendedores no mercado.

Esse fator possui uma relação estreita com o desenvolvimento tecnológico, que é visto por Wernnekers e Thurik (1999) como a força motriz da demanda por empreendedorismo. Novas tecnologias são oportunidades de inovação que criam demandas e ditam um novo ritmo ao mercado, a partir da criação de produtos de maior valor agregado e com menor tempo de vida. O desenvolvimento da tecnologia favorece as empresas de pequeno e médio porte, por criarem um ambiente dinâmico, de mudanças constantes, normalmente desfavoráveis a grandes empresas, essa variável também pode apresentar aspectos negativos, uma vez que tende a criar barreiras de mercado para novos entrantes (VERHEUL *et al.* 2002).

A globalização, por sua vez, promovida em grande parte pelo desenvolvimento de tecnologias, tende a afetar o empreendedorismo devido à aproximação dos mercados e criação de novas demandas, isso porque, a ascensão de um ambiente globalizado diminuiu os custos de transação entre os mercados, permitindo assim a consolidação de um contexto de horizontalização entre as empresas, caracterizado por terceirizações e outras parcerias público ou privadas. Além disso, a aproximação entre as diversas culturas contribuiu para as mudanças de preferências individuais, fazendo com que novas oportunidades de negócios surgissem para os empreendedores (VERHEUL *et al.* 2002).

Sob uma análise **micro** da demanda, são evidenciados fatores relacionados com as características dos mercados, que por sua vez, oferecem oportunidade para se abrir novos empreendimentos. As oportunidades podem surgir a partir da criação de novos produtos, que trazem consigo a possibilidade de se ofertar novos serviços e outros produtos relacionados, surgem também, quando se consegue estender produtos e serviços já existentes para novos mercados, ou quando organizações do setor público ou privado ampliam seu consumo de produtos e serviços. Esses são alguns exemplos apresentados pelos autores.

2.3.2 Determinantes da oferta de empreendedores

A oferta de empreendedorismo apresentada pelo modelo representa o número de **indivíduos que assumem o empreendedorismo como uma opção de vida**. Esse lado é basicamente determinado por fatores relacionados à decisão e capacidade dos indivíduos de perseguirem as oportunidades oferecidas pelo lado da demanda.

A partir de uma análise **macro**, Verheul *et al.* (2002) destacam sete principais fatores que se interagem, determinando o nível de empreendedorismo na sociedade, são eles: o crescimento populacional, a densidade demográfica, a estrutura populacional, a imigração, a participação feminina nos mercados, e também, o nível de renda e de disparidade dos recursos.

No que se refere ao crescimento demográfico, os autores apontam para dois aspectos positivos, o primeiro consiste no argumento de que países de rápido crescimento populacional tendem a apresentar maiores índices de *self-employment* (ILO, 1990), essa perspectiva é condizente com a ideia de que um maior número de trabalhadores no mercado afeta negativamente o nível dos salários, diminuindo o custo de oportunidade de se tornar empreendedor, além disso, um crescimento demográfico aumenta as expectativas de consumo no longo prazo, favorecendo o empreendedorismo (REYNOLDS *et al.*, 1999). Um segundo ponto a se ressaltar, é a possibilidade de um crescimento por conta da imigração, minorias étnicas tendem a serem mais propensas a iniciativas empreendedoras (STOREY, 1994).

O argumento baseado em densidade populacional vincula o empreendedorismo e o nível de urbanização regional. Nesse sentido os autores apontam para uma correlação positiva entre essas duas variáveis, a concentração urbana favorece a oferta de empreendedorismo devido à aproximação dos mercados e infraestrutura favorável às firmas (BRÜDERL; PREISENDÖRFER, 1998). Os autores ressaltam também a maior possibilidade de haverem centros de pesquisas e universidades nos grandes cidades, aumentando assim as possibilidades de *spillovers* para o mercado (VERHEUL *et al.* 2002). Além do mais, a concentração de empresas em determinado espaço tende a atrair outras firmas, oferecendo oportunidades de cooperação e comercialização entre elas (AUDRETSCH; FRITSCH, 2000).

A estrutura populacional é reconhecida como um fator que afeta a oferta de empreendedorismo, devido a pesquisas que indicam a existência de uma relação entre a idade dos indivíduos e a propensão ao empreendedorismo. Evans *et al.* (1989) demonstra que a média de idade dos empreendedores é de 40 anos, ‘ (1994) aponta que, frequentemente, os empreendedores tendem a iniciar seus negócios entre 25-40 anos de idade. Verheul *et al.* (2002) argumentam nesse sentido, apontando que as habilidades para se empreender, tendem a aumentar com o passar dos anos, além disso, facilita-se a

aquisição de crédito e a interação com os atores do mercado, tornando a média de idade mais elevada para se iniciar um empreendimento.

Os autores destacam o papel de alguns grupos da sociedade que afetam o empreendedorismo. No que se refere à imigração, pesquisas apontam para uma relação positiva entre o número de imigrantes e o nível de empreendedorismo (BATES, 1997). Verheul *et al.* (2002) argumenta que é próprio do processo de imigração a tomada de riscos, além disso, existem vários fatores que tendenciam os imigrantes a se tornarem empreendedores. Os autores incluem no modelo a importância da participação feminina nos mercados, apontando que as mulheres são inclinadas a iniciarem empreendimentos nos setores de varejo e de serviços, em mercados pouco explorados pelos homens (VERHEUL; THURIK, 2001). Nesse sentido, trata-se de um nicho específico a ser estudado pelas pesquisas.

Por fim, são apontados como fatores de influência sobre a oferta, os níveis de renda da sociedade e a disparidade entre as riquezas dos indivíduos. Nessa perspectiva, os autores ressaltam que ao mesmo tempo em que salários elevados tendem a aumentar o custo de oportunidade para a abertura de novos empreendimentos, eles permitem que os indivíduos tenham acesso a linhas de créditos mais elevadas.

Em contextos de desemprego, o empreendedorismo se torna uma opção por necessidade, essa situação é muito presente em regiões de elevada disparidade de renda aonde existem um grande número de indivíduos na linha da pobreza, e outros poucos detentores da maior parte das riquezas. Verheul *et al.*(2002) salientam que, estes últimos, formam um importante mercado consumidor de bens de valor agregado, aumentando os retornos para a opção pelo empreendedorismo.

No que se referem aos fatores que afetam a propensão dos indivíduos a se tornarem empreendedores sob uma análise **micro**, o modelo proposto por Verheul *et al.*,(2002) aponta para elementos relacionados com as características individuais dos (potenciais) empreendedores que interferem na decisão dos indivíduos em empreender. Nesse sentido, os autores ressaltam que “**recursos, habilidades, características pessoais e preferências** são os principais *inputs* para o acesso e a análise dos custos e benefícios da oportunidade empreendedora frente outras oportunidades alternativas ocupacionais” (VERHEUL *et al.*,2002).

Por recursos, os autores se referem aos insumos necessários para a criação de novas empresas, nisso se incluem o capital financeiro que podem ser advindos de poupanças, concessões, herança, empréstimos e outras formas de se auferir recursos no mercado. São importantes recursos também outras formas de assistência como a rede de contatos e de informações dos indivíduos. Os autores apontam que esses são elementos de oferta que são externos aos indivíduos.

Elementos internos são aqueles relacionados com as características individuais, dentre elas se incluem os traços de personalidade, as habilidades profissionais, bem como as preferências de cada um. Kuip (1998) aponta a criatividade, a iniciativa, a busca por oportunidades, a persistência como alguns traços de personalidade positivos para que a oportunidade de empreendedorismo seja concretizada. Verheul *et al.* (2002) afirmam que experiências profissionais anteriores afetam a decisão dos indivíduos por empreendedorismo, além do mais se deve levar em conta as preferências individuais, isto é, os desejos e vontade dos mesmos diante das oportunidades para se empreender.

Esses aspectos também foram levados em conta por Lundström e Stevenson (2006) em seu modelo de políticas públicas de empreendedorismo. Segundo os autores, a literatura aponta para uma maior tendência das escolhas dos indivíduos pelo empreendedorismo quando:

(1) eles estão conscientes da opção e percebem isso como algo desejado pela sociedade; (2) eles percebem que a oportunidade existe e que eles terão, ou podem ganhar, suporte para ir adiante com a ideia de negócio; (3) eles têm confiança nas próprias habilidades (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

A perspectiva dos autores parte da ideia de que a decisão dos indivíduos de se tornarem empreendedores, isto é, de fazerem parte da oferta de empreendedorismo, segundo o modelo de Verheul *et al.* (2002), parte da convergência de três fatores críticos: a Motivação, a Oportunidade e a Habilidade.

Por “Motivação”, os autores abrangem a forma como os indivíduos interpretam o ato de empreender um novo negócio, nessa categoria estão incluídos os valores sociais relacionados ao empreendedorismo, bem como os desejos das pessoas e a viabilidade de se ter o empreendedorismo como opção de carreira. Essa variável pode ser incrementada por ações relacionadas à legitimação social, tais como a criação de modelos de referência, a conscientização e uma maior exposição desse fenômeno na sociedade (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; VERHEUL *et al.*, 2002).

Em “Habilidades”, são apresentadas as capacidades individuais para perseguirem as oportunidades de empreendedorismo. Nesse sentido, são levadas em conta as habilidades técnicas relacionadas à gestão e ao empreendedorismo, bem como o *know how* dos indivíduos. Segundo os autores, essa variável é construída ao longo das experiências profissionais e educacionais das pessoas, a aquisição dessas habilidades pode ser concretizada por meio do sistema educacional, da participação em programas de capacitação, especialização, e em experiências profissionais anteriores.

Por fim, em “Oportunidade”, Lundström e Stevenson (2006) buscam ilustrar o ambiente de suporte ao empreendedorismo, dessa forma os autores apontam para a facilidade dos (potenciais) empreendedores de obterem recursos, tais como o capital financeiro, informações, aconselhamentos, consultorias, fornecedores, infraestrutura, contatos e outros fatores, nessa variável se incluem também elementos relacionados às facilidades de abertura e fechamento de empresas bem como às barreiras existentes nos mercados.

Essas variáveis são importantes para se entender a decisão dos indivíduos em se tornarem empreendedores, que segundo Verheul *et al.*(2002), analisam uma série de fatores financeiros e não financeiros para formar seus panoramas de “custos e benefícios” a fim de tomarem suas decisões. A identificação e descrição dos vários determinantes do empreendedorismo tem sido objeto de estudo dos teóricos da área, por meio delas, é possível entender as diferentes taxas de empreendedorismo entre os países e regiões, bem como traçar planos para políticas públicas de fomento, de forma a criar um ambiente propício para o desenvolvimento de um favorável sistema empreendedor¹ (LUNDSTRÖM ; STEVENSON, 2006).

Lundström e Stevenson (2006) destacam a importância da intervenção pública para criar um ambiente favorável ao empreendedorismo, de forma que os indivíduos se tornem conscientes dessa ocupação como opção de vida e que estejam preparados e amparados para empreenderem seus negócios. Kantis (2002) caracteriza os governos como potenciais catalisadores do empreendedorismo, devido à capacidade dos mesmos de mobilizarem atores e instituições, fornecerem recursos e criarem ambientes propícios de forma a promover o surgimento de novos empreendimentos. Verheul *et al.*(2002)

¹ Lundström e Stevenson (2006) entendem o empreendedorismo como um “sistema” que abrange empreendedores, potenciais empreendedores, instituições, as ações dos governos em favor de um ambiente propício para uma contínua oferta de novos empreendedores no mercado.

ressaltam o papel dos governos em perceberem a diferença entre o nível atual e o nível ótimo de empreendedorismo ($E-E^*$), como mostrado na figura 1, de forma que sejam realizadas políticas públicas capazes de levar o número de empreendedores (oferta) a um nível em que todas as oportunidades geradas pela demanda sejam atendidas (E^*).

2.4 Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo

A intervenção do governo sobre o processo econômico é uma temática amplamente discutida desde os primeiros passos da literatura econômica (SMITH, 1983). Verheul *et al.* (2002) aponta algumas teorias, tais como aquelas provenientes da Escola Austríaca, ou da Escola de Chicago, que consideram perigosas as intervenções públicas sobre a economia. Existem também escolas “pró-intervencionismo” que reconhecem os governos como importantes atores que corrigem as falhas de mercado e direcionam os processos econômicos. O campo de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo se enquadra nessa última perspectiva. A atuação pública em prol do ambiente empreendedor parte da premissa de que o surgimento de novas firmas impacta positivamente sobre a vida das pessoas, por meio da criação de empregos e aumento da renda.

Em conformidade com essa perspectiva, Storey (2008) argumenta que falhas de mercado não se configuram uma justificativa suficiente para a intervenção dos governos sobre o nível de empreendedorismo, tais intervenções são justificadas à medida que resultam em um aprimoramento do bem-estar da sociedade, ou seja, quando os custos desta atuação são compensados pelos seus retornos. Lundström e Stevenson (2006) contribuem para esse argumento, os autores afirmam que as justificativas para as atuações dos governos sobre o nível de empreendedorismo de uma sociedade vão além dos argumentos neoliberais das falhas de mercado. Para os autores, as assimetrias de informação, as barreiras de mercado, e outras premissas de falhas mercadológicas garantem base para intervenções pontuais dos governos.

Os ministros da APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*) afirmam em uma declaração proferida em 2003 que: “*Policymakers* são em parte responsáveis por fomentar um ambiente que conduza o crescimento do espírito empreendedor” (APEC, 2003, p. 3, tradução nossa). Kantis (2002) afirma a importância da atuação dos governos para fomentar o desenvolvimento de novos empreendedores, a partir do planejamento de estratégias, da construção de paradigmas, mobilização de agentes, promoção de

recursos e pela prática de uma série de outras medidas que atuam sobre o processo empreendedor.

Storey (2008) distingue as políticas de fomento ao empreendedorismo de duas formas, macro políticas e micro políticas. Segundo o autor, esta distinção se torna um importante meio para guiar as ações dos governos sobre esse fenômeno. Entende-se por “Macro Políticas” aquelas que “impactam sobre as pequenas e médias empresas que, no entanto, não possuem esse grupo como meta preponderante” (STOREY, p. 18, 2008, tradução nossa).

São exemplos de áreas passíveis de “Macro Políticas”, o controle da inflação e taxas de juros, a tributação, a política imigratória, a segurança social, políticas de concorrência, regulação de negócios e outras medidas. As “Micro Políticas”, por sua vez, correspondem àquelas formuladas diretamente para as firmas, alguns exemplos fornecidos pelo autor são: o treinamento de gestores e da força de trabalho; a políticas de incentivo a pesquisas em desenvolvimento tecnológico em MPEs, políticas de incentivo à abertura de firmas; políticas de promoção da cultura empreendedora, políticas de acesso à capital financeiro para MPEs e outras.

Verheul *et al.* (2002), a partir da teoria eclética do empreendedorismo criada por eles (e que teve seus pontos centrais apresentados na seção anterior), desenham um modelo classificatório da ação dos governos, com base nos principais determinantes do empreendedorismo na sociedade. A Figura 2 oferece uma visão geral sobre o modelo com base na abordagem criada pelos autores.

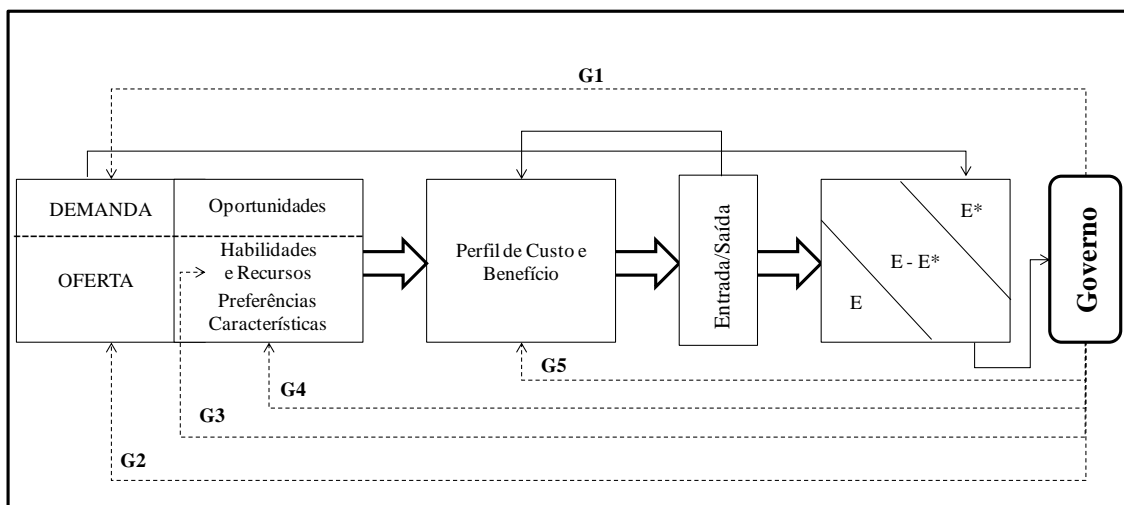


Figura 2. Classificação da intervenção pública sobre o empreendedorismo
Fonte: Adaptado de Verheul *et al.* (2002)

Esse modelo distingue os fatores determinantes de oferta e demanda do empreendedorismo, sendo eles de atuação macro ou micro sobre a sociedade. Os autores apontam as possibilidades de atuação dos governos sobre esses fatores através de políticas públicas que incidirão de maneira direta ou indireta sobre o empreendedorismo. Audretsch *et al.* (2007) desenvolvem a abordagem apresentada pelo trabalho de Verheul *et al.* (2002) (no qual são coautores), e seus apontamentos também serão assumidos nesse trabalho, para a descrição das diversas formas de intervenção pública sobre o empreendedorismo.

Verheul *et al.* (2002) destaca que o governo estará tendenciado a influenciar o nível atual de empreendedorismo, caso perceba a possibilidade de intervir para que as oportunidades (demandas) sejam supridas pela oferta de empreendedores no mercado. Dessa maneira o nível de empreendedorismo na sociedade pode atingir níveis ótimos, de forma que todas as demandas por empreendedorismo são atendidas.

Entretanto vale questionar de que maneira os governos podem atuar sobre o empreendedorismo? Sob quais fatores determinantes as políticas públicas podem incidir? Os autores apontam que é possível aos governos intervirem sobre todos os determinantes apontados no modelo, contudo, o efeito sobre o número de empreendedores no mercado varia, entre uma política e outra. Essa perspectiva baseia as indicações de trabalhos que orientam uma abordagem ampla de fomento ao empreendedorismo, que integre as ações de várias instituições em prol de uma sociedade mais empreendedora (AUDRETSCH; THURIK, 2007; LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; VERHEUL *et al.*, 2002).

A figura 1 ilustra as possibilidades de ação do governo por meio das letras G1, G2, G3, G4 e G5. A descrição de cada um deles pode ser observada no Quadro 2.

Quadro 2. Elementos de intervenção pública para o empreendedorismo

| Canal de Intervenção | Descrição | Exemplo de Políticas Públicas |
|----------------------|--|--|
| G1 | Atua sobre a demanda por empreendedorismo, influenciando o número e o tipo das oportunidades empreendedoras. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas de incentivo a P&D ▪ Políticas de Inovação Tecnológica ▪ Políticas de transferência de renda ▪ Compras públicas |
| G2 | Atua sobre o lado da oferta de empreendedorismo, influenciando o número e o tipo de empreendedores. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas de incentivo à natalidade ▪ Políticas imigratórias |

| | | |
|----|---|---|
| G3 | Atua sobre o lado da oferta, focadas sobre as habilidades e recursos dos potenciais empreendedores. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas de Capacitação ao empreendedorismo ▪ Políticas de New Ventures ▪ Políticas de apoio financeiro aos empreendedores |
| G4 | Atua sobre a demanda, influenciando as preferências dos indivíduos. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas de Educação com valores empreendedores ▪ Políticas de incentivo a promoção da cultura empreendedora |
| G5 | Atua sobre a matriz de custos e benefícios de se tornar empreendedor. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas tributárias de incentivo ao empreendedorismo ▪ Políticas de entrada e saída ▪ Políticas de falência mais brandas |

Fonte: Própria autoria, baseado em Audretsch e Thurik. (2007) e Verheul *et al.*,(2002)

O primeiro tipo de intervenção do governo, representado por G1, está relacionado a ações que tendem a gerar efeitos sobre o **tipo, o nível, a acessibilidade e a criação de oportunidades pra potenciais empreendedores**. Está diretamente relacionado ao lado da demanda por empreendedorismo. As políticas públicas sobre esta via podem atuar de duas formas, a primeira está relacionada a medidas indiretas de criação de demanda, tais como políticas macroeconômicas, políticas de internacionalização e políticas de incentivo a P&D, além de políticas de distribuição de renda. A segunda forma está relacionada à criação de meios para que os empreendedores consigam perseguir as oportunidades presentes no mercado, nesse sentido se enquadram medidas que inibem barreiras de mercado e que incentivam a competição entre as firmas, um exemplo, são as medidas de combate a formações de cartéis e monopólios no mercado.

Os governos podem atuar sobre a tecnologia por meio de políticas públicas de investimento direto ou indireto em P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), isto é, investimento em centros públicos de pesquisa e produção tecnológica, ou parcerias público-privada para a produção de novas tecnologias, subsídios sobre os gastos de empresas de pesquisas e outras atividades (LUNDSTRÖM *et al.*,2006). As políticas de renda, por sua vez, aumentam o salário dos indivíduos, criando um ambiente propício para o consumo de novos produtos e serviços, este processo estimula a demanda por novos empreendimentos na economia.

A intervenção pública representada por G2 atua sobre o lado da oferta de empreendedores. Este meio de ação do governo está diretamente ligado a fatores em nível macro da oferta, tratam-se de medidas voltadas para o crescimento, densidade e composição demográfica, que afetam indiretamente o nível de empreendedorismo na sociedade. Sobre estes fatores determinantes o setor público pode-se elaborar políticas de aumento populacional, tais como políticas de incentivo a natalidade (AUDRETSCH; THURIK, 2007), ou políticas de imigração. (REYNOLDS *et al.*, 1999), ou seja, medidas que impactam no número e na composição da população, os potenciais empreendedores.

O terceiro canal de intervenção pública, representado no círculo G3, impacta sobre **conhecimento, habilidades e recursos dos potenciais empreendedores**. Políticas públicas G3 agem sobre a oferta de empreendedorismo e tendem a suprir as necessidades de recursos financeiros e não-financeiros dos potenciais empreendedores, além de atuarem na capacitação dos mesmos para ingressarem no processo empreendedor. São políticas voltadas para o desenvolvimento do mercado de capitais, e para a facilidade de crédito, suporte financeiro direto, empréstimos a baixos custos, subsídios e garantias de empréstimo e outras medidas financeira.

No que se refere aos suportes não-financeiros aos potenciais empreendedores, Audretsch e Thurik (2007) destacam que os governos podem implementar políticas de desenvolvimento de habilidades e fornecimento de informações úteis ao empreendedorismo. Políticas de capacitação dos gestores, aconselhamento, informações dos mercados e inclusão de disciplinas de gestão no sistema educacional, são potenciais atuações para o aumento do nível de empreendedorismo em uma sociedade. É importante ressaltar que existem características inerentes e imutáveis sobre os indivíduos que dificilmente são aprendidas através de treinamentos, entretanto, políticas públicas voltadas para este canal, tendem a potencializar as características empreendedoras entre os indivíduos (VERHEUL *et al.*, 2002).

A quarta forma de intervenção do governo, representado pelo “G4”, está direcionada para as **preferências individuais** em se tornar um empreendedor, nesse contexto se inclui principalmente a **propensão dos indivíduos a assumirem riscos** (AUDRETSCH; THURIK, 2007). Políticas nesse sentido tendem a ser de longo prazo, pois estão relacionadas com a inculturação de valores empreendedores na sociedade (VERHEUL *et al.* 2002). Alguns estudos apontam que sociedades que valorizam a autossuficiência, o individualismo, e que respeitam a acumulação individual de riquezas

tendem a serem mais empreendedoras (REYNOLDS *et al.*,1999; VERHEUL *et al.*, 2001; CASSON, 2003). Outros demonstram ainda que a atenção da mídia sobre o fenômeno do empreendedorismo tende a alterar de maneira positiva o número de empreendedores de uma sociedade (FITZSIMONS *et al.*, 2003). Portanto, políticas de introdução da cultura empreendedora no sistema educacional e na mídia, tendem a interferir positivamente no nível de empreendedorismo.

As intervenções públicas sobre o empreendedorismo representadas por “G5” representam **políticas que interferem no processo decisório de indivíduos que são potenciais empreendedores**. Audretsch *et al.*, (2007) destaca que após analisar as oportunidades, os recursos, as habilidades e as preferências individuais, os potenciais empreendedores tendem a avaliar as opções entre se tornar um empreendedor ou seguir outras opções de ocupação tais como, serem assalariados ou permanecerem desempregados.

Políticas públicas nesse sentido estão voltadas a interferirem nos custos e benefícios do empreendedorismo frente a outras opções ocupacionais. Políticas tributárias que afetam os lucros ou políticas de seguro desemprego são exemplos de medidas G5. Van Stel *et al.*(2003) afirma que países com maiores nível de segurança social tendem a desestimular a abertura de novos negócios. Outras formas de políticas públicas voltadas para essas questões são aquelas relacionadas com a flexibilização do mercado de trabalho e a de entrada e saída de negócios, tais como políticas de estabelecimento e falência das empresas. Verheul *et al.* (2002) alerta sobre as dificuldades de existentes no processo de abertura de empresas, que desestimula a atividade empreendedora, Audretsch *et al.*,(2007), afirma que políticas públicas severas de falência tendem a desencorajar as pessoas a se tornarem empreendedoras.

2.4.1 Políticas públicas de empreendedorismo e de pequenas e médias empresas (PMEs)

Um das formas de se entender as políticas públicas que incidem sobre o empreendedorismo é distinguindo-as entre políticas públicas de PMEs e políticas públicas de empreendedorismo. Lundström e Stevenson (2006) em sua obra “*Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*” descrevem essas categorias e apontam que tais políticas são interligadas, entretanto, configuram-se bastantes distintas umas das outras.

Grin *et al.* (2012) definem as políticas públicas de empreendedorismo como aquelas voltadas para o desenvolvimento de empreendedores de alto impacto, isto é, cujas empresas crescem mais de 20% ao ano em um período de três anos. Já as políticas voltadas para os empreendedores tidos por “estilo de vida”, são chamadas de Políticas de apoio às Micro e Pequenas Empresas (PMEs). Sobre esta perspectiva, políticas de empreendedorismo e de PMEs seriam diferenciadas com base nos “sujeitos” beneficiários da intervenção pública.

Por outro lado, trabalhos como os de Audretsch *et al.*,(2007), Lundström *et al.* (2006), Storey (2008), Thurik (2008), distinguem essas categorias de políticas públicas a partir de diversos parâmetros. Sobre as principais diferenças entre elas Lundström *et al.*(2006) escrevem:

O principal objetivo das políticas públicas de PMEs é fortalecer as PMEs, assegurando a elas um ‘espaço de atuação’ frente às grandes empresas. [...] O principal objetivo das Políticas Públicas de Empreendedorismo é estimular elevados níveis de ‘atividades empreendedoras’ influenciando uma maior oferta de novos empreendedores (LUNDSTRÖM *et al.*,p. 51, 2006, tradução nossa).

Audresch *et al.*, (p. 2, 2007, tradução nossa) afirmam que “políticas públicas de empreendedorismo, não são uma modernização das políticas de promoção de pequenas e médias empresas (PMEs)”, enquanto as políticas de PMEs envolvem agências de governo constituídas para prestar assistência a pequenas e médias empresas. As políticas de empreendedorismo por sua vez, possuem uma abrangência mais global, interferem em uma série de fatores incluindo instituições, agências e grupos específicos da sociedade (AUDRETSCH *et al.*,2007).

Políticas de empreendedorismo tendem a ser bastante abrangentes, não se restringindo a intervenções no contexto econômico, mas se aplicam a uma gama de atuações que envolvem transformações que referentes à cultura, instituições, educação, desigualdades sociais, gêneros e outras esferas, de forma que sua implementação seja necessariamente por meio de uma abordagem horizontal, gerada por parcerias interministeriais e entre outras organizações da sociedade (LUNSDRÖM; STEVENSON.2006).

As principais diferenças entre as duas áreas de políticas públicas são apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3. Comparação entre as características das Políticas de PME e de Empreendedorismo

| Características | Política Pública de PMEs | Política Pública de Empreendedorismo |
|---|---|---|
| Resultados | Crescimento das Firmas; Crescimento da Produtividade. | Crescimento da atividade empreendedora (ex: em número de proprietário de negócios e firmas). |
| Objetivos Gerais | Criar um “clima favorável para negócios” (ex: regime de tributos; estruturas de mercado; redução da burocracia.) | Criar um “clima e uma cultura favorável” ao empreendedorismo (ex: diminuir barreiras de entrada à novos negócios, promoção do empreendedorismo na sociedade). |
| Objetivos Específicos | Ajudar firmas a se modernizarem, expandirem e aprimorarem sua capacidade de competição. | Encorajar mais pessoas a iniciarem seus próprios negócios e prover oportunidades para elas aprenderem sobre o processo empreendedor e desenvolver as habilidades necessárias. |
| Foco | Em firmas ao invés de em indivíduos. | Em indivíduos ao invés de firmas. |
| Estágio no ciclo de negócios | Primeiramente focam em prestar suporte depois que o negócio já foi iniciado. | O suporte é ofertado nos estágios nascentes na medida em que seguem os primeiros anos críticos de uma <i>start-up</i> . |
| Direcionamento e Beneficiários | Firmas já existentes, visa (frequentemente) setores ou firmas de elevado crescimento. | Novos ou nascentes empreendedores. Visa a população em geral e (frequentemente) alguns de seus seguimentos (ex: jovens, mulheres). |
| Prioridades da política | Reduzir burocracias e documentações para PMEs existentes. | Reduzir barreiras processuais, regulatórias e tributárias para a entrada de novos negócios. |
| | Aprimorar o acesso a financiamento. | Facilitar acesso a microcrédito, <i>seed capital</i> e a outros financiamentos para <i>start-ups</i> . |
| | Aprimorar o acesso a informações para PMEs (prover informações sobre negócios, economia, regulamentações do governo e programas). | Aprimorar o acesso a informações e aconselhamentos para iniciar novos negócios, bem como ao <i>know-how</i> sobre empreendedorismo. |
| | Facilitar o acesso de PMEs a mercados domésticos e internacionais (ex: redução de tarifas, subsídios à exportação). | Facilitar atividades de trocas de informações e de <i>networking</i> a fim de promover o aprendizado entre pares, parcerias e diálogos. |
| | Aprimorar a competitividade das pequenas firmas (ex: habilidades de gestão, consultorias estratégicas). | Aumentar as oportunidades para as pessoas aprenderem o processo empreendedor e habilidades para iniciar um negócio (ex: educação, treinamento); melhorar a qualidade dos serviços de suporte a empresas iniciantes. |
| | Fomentar a adoção de P&D e Tecnologias entre PMEs (ex: transferência de tecnologias) | Criar a consciência de que o empreendedorismo é uma opção viável (ex: criar modelos, influenciar atitudes públicas). |
| Nível primário das políticas | Utilizar incentivos financeiros e fiscais para alavancar atividades específicas em PMEs (ex: Investimentos em P&D, exportação). | Maior uso de alavancas não-financeiras (exceto nos casos de <i>start-up</i> e <i>seed financing</i>) |
| Período de tempo para resultados | Mais imediato (aspira por resultados em um círculo de três ou quatro anos). | Mais longo-prazo (Perspectiva processual que requer tempo). |

Fonte: Lundström e Stevenson (p. 53, 2006, tradução nossa).

Storey (2008) destaca que, apesar das diferenças entre os tipos de políticas, existem alguns elementos de convergência entre essas duas abordagens. Por exemplo,

ambas as políticas se preocupam em diminuir o nível de burocracias sobre as empresas, contudo, as atuações nesse sentido por meio de políticas de empreendedorismo incidem sobre os indivíduos entrantes no mercado, ao passo que políticas de PMEs se aplicam a facilitar as atividades das empresas já estabelecidas.

Lundström *et al.*(2006) desenvolvem um modelo de interface entre políticas públicas de PMEs e políticas públicas de Empreendedorismo destacando que as duas áreas se convergem e se complementam, ao ponto de se tornarem um importante instrumento de promoção do empreendedorismo na sociedade. Segundo este modelo, as políticas de empreendedorismo e de PMEs se configuram como ações contínuas voltadas para a conscientização, introdução e permanência de novos empreendedores no mercado, durante o processo empreendedor (*Entrepreneurial Process*), que consiste em cinco fases básicas: (i) fase de conscientização (consciência); (ii) pre-*star-up* (fase nascente); (iii) fase de *start-up* (inicial); (iv) fase pós-*start-up*; (v) manutenção e expansão. A Figura 3 ilustra essas etapas.

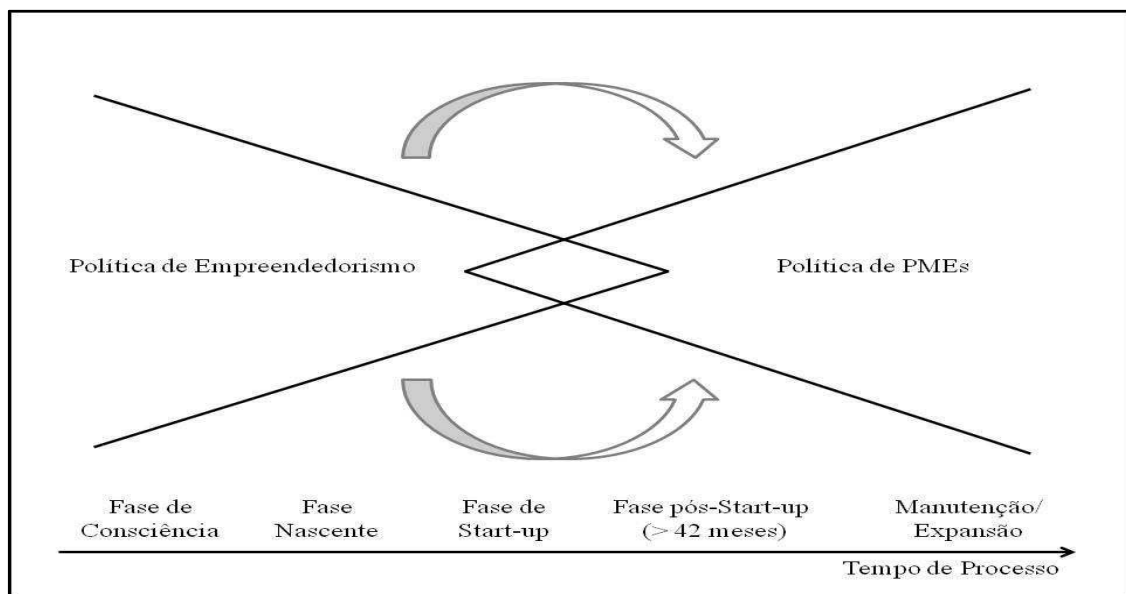


Figura 3. A interface entre Políticas de PMEs e de Empreendedorismo

Fonte: Lundstrom *et al.*(p. 55, 2006, tradução nossa).

Os autores explicam que o processo tem início quando os indivíduos se conscientizam sobre o empreendedorismo como opção de vida e continua nos primeiros estágios críticos de sobrevivência das firmas e crescimento das mesmas, seguindo para fora do círculo das pequenas e médias empresas e da intervenção desse tipo de políticas. Vale ressaltar que para cada fase do processo empreendedor, existem medidas de intervenção cabíveis de atuação pública.

Por meio desse modelo, entende-se que as Políticas de Empreendedorismo atuam como base para as Políticas de PMEs, elas são necessárias para encorajar a atividade empreendedora e fornecer os primeiros passos para a entrada de novas firmas, que serão, por conseguinte, amparadas pelas políticas que criam condições de concorrência e de expansão dos negócios (LUNDSTRÖM *et al.*, 2006). A convergência entre as duas áreas de políticas públicas é representada pelo encontro entre as duas cunhas. Nessa área estão localizadas as políticas de Empreendedorismo e de PMEs que incidem sobre empresas em transição da fase nascente para os seus primeiros passos de maturidade.

Os autores elaboram uma abordagem de intervenção estatal para cada fase do processo empreendedor, de maneira que o governo atue integralmente sobre as diversas etapas do empreendedorismo, incentivando-o e suportando-o ao longo dos anos, a fim de que a oferta de empreendedores seja constante nas sociedades.

A fase extrema à esquerda da cunha representa todos os indivíduos da sociedade, potenciais empreendedores, são eles o objeto das políticas públicas que incidem sobre a primeira etapa do processo empreendedor. O objetivo é o de aumentar o número de pessoas que consideram o empreendedorismo como uma opção de carreira, inicia-se a fase de conscientização. Segundo os autores, nessa fase as políticas públicas de empreendedorismo são essenciais para motivar os indivíduos a se tornarem empreendedores, para isso, o governo pode valer-se de vários instrumentos que propaguem a mentalidade empreendedora, ou que incentivem os estudantes e jovens a desenvolverem suas habilidades, eles podem também valer-se da mídia para publicar informações sobre oportunidades para se empreender, e para construir uma visão positiva dos indivíduos frente ao empreendedorismo.

Na fase nascente (ou *pré-start-up*) os indivíduos tendem a buscar informações sobre abertura de empresas e oportunidades para desenvolver suas ideias. Lundström e Stevenson (2006) destacam a importância da intervenção pública nessa fase em que os (potenciais) empreendedores estão explorando suas ideias, desenvolvendo seus planos de negócios, adquirindo conhecimentos e habilidades, além de estarem buscando recursos financeiros para a abertura de suas firmas. Os governos atuam de forma a desenvolverem as intenções dos indivíduos e a facilitar o acesso a informações, capacitações e recursos, as políticas de empreendedorismo são predominantes nessa fase, eles podem incentivar *spin-offs* nas universidades, criar incubadoras, promover

aconselhamento, financiamento e acompanhamento das firmas, podem ser elaboradas também políticas de promoção de uma educação empreendedora nas escolas, além de outras medidas que garantem suporte para possíveis entrantes nos mercados.

A fase de *start-up* caracteriza o momento da entrada dos empreendedores no mercado, da abertura de seus negócios. Os objetivos das políticas públicas nessa etapa devem ser voltados para garantir um suporte inicial para novos negócios, além de introduzi-los a novas oportunidades para se consolidarem no mercado, nessa fase se convergem políticas públicas de empreendedorismo bem como políticas públicas para PMEs, que se interagem em esforços por reduzir as regulações e as barreiras de entradas, no processo de aconselhamento, além de outras medidas de capacitação para os recém-empREENhedores.

Existem evidências empíricas de que os primeiros anos das firmas são bastante instáveis, uma vez que são compostos por uma elevada taxa de falência de empreendimentos recém-criados (OECD, 2002). Bartelsman *et al.* (2003) apontam que as chances de sobrevivência de uma firma aumentam à medida que os anos passam. Lundström e Stevenson (2006) assume que o período de maior instabilidade se concentra nos primeiros 42 meses de existência das empresas, esse conceito está alinhado com as ideias do *Global Entrepreneurship Monitor*. Essa fase, para os autores, é nomeada como “Fase Pós-*Start-up*”, trata-se de um momento determinante para o prematuro sucesso ou fracasso das firmas. As políticas dominantes nessa fase são as políticas públicas de PME’s, que buscam promover a consolidação das empresas estabelecidas. Nesse sentido são criadas medidas que incentivam o crescimento das firmas, que garantem a oportunidade de recursos, o acesso à tecnologia, ações sobre as medidas regulatórias e de fiscalização são incluídas nessa etapa.

A quinta etapa do processo empreendedor é a “fase de manutenção e expansão” dos empreendimentos, as políticas voltadas para essa fase são predominantemente de PME’s, com o objetivo de promover a sustentabilidade, a produtividade e a expansão dos negócios já estabelecidos. Nesse sentido, são elaboradas ações públicas relacionadas a incentivos tributários, a regulação do mercado de trabalho, a adoção de novas tecnologias, financiamento ao crescimento, inovação, internacionalização, além de atuações sobre os custos relacionados à falência das empresas. A partir dessa fase, na extremidade direita da cunha, as empresas tendem a necessitar cada vez menos das

intervenções públicas, nesse sentido estão os casos de internacionalização, grandes expansões e saída do mercado (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Os modelos apresentados até o momento são ferramentas importantes para se entender os fatores determinantes do empreendedorismo, bem como as possibilidades de intervenção dos governos sobre esse fenômeno, eles servirão como base de interpretação da realidade pesquisada nesse trabalho, maiores detalhes se encontram na próxima seção, aonde será tratada a metodologia adequada para atingir os objetivos aqui propostos.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Sobre o método, Cervo e Bervian (2006, p. 23), afirmam que “é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para se atingir certo fim ou um resultado desejado”. Nesse sentido, planeja-se nesta seção descrever os procedimentos metodológicos para a realização do presente estudo, bem como as justificativas para a escolha dos mesmos.

A presente pesquisa assumiu uma abordagem qualitativa em seus processos metodológicos. Entende-se que uma pesquisa dessa natureza seja mais adequada para se atingir os objetivos propostos, uma vez que políticas públicas são diretrizes elaboradas para enfrentar problemas públicos que envolvem **vários atores e eventos**, que se manifestam em diversas esferas na sociedade (SECCHI, 2010).

Portanto, optou-se por assumir esse tipo de abordagem, visto que, para se entender o objeto de pesquisa em seu contexto: (i) foi necessário um contato direto e prolongado do pesquisador com o objeto em seu ambiente natural; (ii) foi considerada uma variada fonte de dados para gerar uma compreensão ampla do fenômeno estudado; (iii) o pesquisador foi o principal instrumento de observação, seleção, análise e interpretação dos dados; (iv) a perspectiva dos participantes foram elementos centrais para a construção de abstrações, que se manifestaram de maneira indutiva, em conformidade com as características das pesquisas qualitativas apontadas por Godoy (1995).

Essa pesquisa, em seus objetivos, assume um caráter exploratório e descritivo (GIL, 2007). Inicialmente se propõe a descrever as políticas públicas municipais de Belo Horizonte a partir de seus atores, propostas e contextos, de maneira que seja possível entendê-las à luz do referencial teórico delineado, a finalidade exploratória da pesquisa se manifesta a partir da busca de se delinear o papel do município de Belo Horizonte no contexto das políticas públicas brasileiras em prol do empreendedorismo, nesse sentido, é realizada uma análise aprofundada sobre o tema, de forma a propor premissas para futuras análises, argumentos e reflexões que promovam um maior entendimento sobre o objeto de estudo (GIL, 2007).

3.1 Estudo de Caso

O Estudo de Caso foi método utilizado para a se chegar aos resultados propostos nessa pesquisa. Para isso, foi assumida a abordagem de Yin (2010), que define o estudo de caso como uma pesquisa empírica que: “investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites desse fenômeno e seu contexto não são claramente evidentes” (YIN, 2010, p, 39). Nesse sentido, para o autor, o estudo de caso deve ser aplicado quando se pretende entender um fenômeno a partir de seu campo e em profundidade, de forma que sejam englobadas importantes condições contextuais (YIN, 2010).

Esse método se aplica às propostas desse trabalho, uma vez que se busca entender o papel da instância municipal sobre o empreendedorismo a partir das ações do município de Belo Horizonte, que manifestou nos últimos oito anos, uma série de propostas relacionadas ao objetivo de se destacarem como um município que fomenta ao empreendedorismo (BELO HORIZONTE, 2009). O processo de pesquisa sobre o caso específico permitiu que fossem descritas características possivelmente comuns aos municípios brasileiros a partir das especificidades do município estudado. Vale ressaltar que o presente trabalho não pretende fazer generalizações, mas sim, promover *insights* sobre a realidade municipal diante da intenção de se fomentar o empreendedorismo local.

Portanto, a aplicação desse método se adéqua às questões levantadas por essa pesquisa, por meio deste, foi possível auferir importantes resultados a partir do estudo em profundidade de um caso, que se apresenta contemporâneo, específico e que não oferece a possibilidade de se controlar os eventos comportamentais dos atores envolvidos (YIN, 2010).

Além disso, esse método se justifica devido à complexidade envolvida na promoção de políticas públicas, neste caso, as de fomento ao empreendedorismo. A busca por compreender o espaço de atuação do governo municipal a partir tais políticas exige do pesquisador uma imersão no contexto aonde se insere o objeto de estudo, a fim de que sejam captadas não somente as normativas envolvidas no objeto em questão, mas também outras variáveis relacionadas ao fenômeno estudado.

A fim de se obter sucesso nos objetivos propostos nesse trabalho, buscou-se destacar quatro fases básicas do delineamento para um estudo de caso presentes nos

trabalhos de Gil (2007) e Yin (2010), sendo elas: a) Delimitação de unidade-caso (que pode ser uma pessoa, uma família, uma comunidade ou um conjunto de reações de processos, entre outros); b) Coleta de Dados; c) Análise e interpretação dos dados e a d) Redação do Relatório.

3.2 O caso de Belo Horizonte - MG

Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais, é o centro da região metropolitana que leva seu nome. Segundo as pesquisas do IBGE, o município possui uma área de 331,401 Km² de extensão (IBGE, 2016) e uma população de 2.375.151 hab. em 2010, o que a classifica como a sexta cidade mais populosa do Brasil, desse total 46,88% dos habitantes são do sexo masculino e 53,12% do sexo feminino (IBGE, 2016). A cidade apresenta uma elevada densidade populacional quando analisada em comparação aos outros municípios brasileiros, com 7.167,00 hab/km² a capital mineira é a terceira maior cidade em densidade demográfica do país (IBGE, 2016). No que se refere à faixa etária, a capital possui 68,46% da sua população com a idade entre 15 a 59 anos.



Figura 4. Localização do município de Belo Horizonte – MG
Fonte: Adaptada de IBGE (2016)

Em termos econômicos, a cidade possui o quarto maior Produto Interno Bruto (PIB) do país, R\$ 87.656.760 mil reais (preços correntes) em 2014, a um valor *per capita* de R\$ 35.187,85 reais no mesmo ano (IBGE, 2016). O IBGE aponta para o

número de 108.931 empresas atuantes cadastradas em Belo Horizonte em 2014, fornecendo 1.537.138 ocupações para o mercado naquele ano (IBGE, 2016), é a terceira capital com maior número de registros no Brasil. O município também é conhecido pela participação do setor de serviços na economia local, bem como pelo desenvolvimento do seu setor financeiro (ENDEAVOR, 2014).

No que se refere a fatores sociais, a capital mineira possui um elevado Índice de Desenvolvimento Humano, segundo os dados do PNUD, que o classifica sob a faixa de “muito alto”, apresentando um IDHM de 0.810, analisado em 2010, (PNUD, 2016). Segundo o IBGE (2016) a incidência de pobreza foi de 5,43% da população em 2003, entretanto, os dados da PNUD (2016) apontam para uma tendência de melhora dos índices de desigualdades sociais na região metropolitana, o percentual de pessoas extremamente pobres caiu de 3.92% no ano 2000, para 1,25% em 2010 e o índice de Gini caiu de 0,61 para 0,59 no mesmo período. Isso indica uma maior distribuição da renda municipal, que se deslocou principalmente para a população de renda intermediária. Os dados apontam também para uma taxa de 6,7% da população economicamente ativa desocupada em 2010, quase duas vezes menor do que no ano 2000 (PNUD, 2016), e para um rendimento nominal mediano mensal per capita de R\$ 765,00, nos domicílios particulares permanentes em zona urbana (IBGE, 2016).

No que se refere ao ambiente municipal para o empreendedorismo, o Índice de Cidades Empreendedoras, promovido pela Endeavor desde 2014, demonstra que Belo Horizonte tem apresentado uma trajetória oscilante ao longo dos anos, essa pesquisa leva em conta diversas características municipais favoráveis à abertura e desenvolvimento empresarial, tais como ambiente regulatório, infraestrutura, mercados, e outros, a fim de se ranquear as várias cidades analisadas.

Entre as capitais brasileiras, Belo Horizonte foi classificada como a 6º cidade mais empreendedora do Brasil (ENDEAVOR, 2014), adquirindo destaque devido á seu sistema financeiro, por ser a “capital aonde os empreendedores encontram maiores alternativas de investimentos” (ENDEAVOR, 2014, p. 64) e pela mão de obra qualificada. Nas edições de 2015 e 2016 foram incluídas novas cidades brasileiras de forte potencial empreendedor, localizadas no interior dos estados, ao todo foram analisadas 32 cidades nestas novas edições da pesquisa, Belo Horizonte passou a assumir a 12º e 11º posição respectivamente (ENDEAVOR, 2015; 2016). A análise do

estudo de 2016 aponta que a capital mineira está atrás de seu potencial, por ser a quarta cidade mais rica do país, para os autores, a cidade possui “vigor econômico suficiente para melhorar seus números e serem mais atrativas aos empreendedores” (ENDEAVOR, 2016, p. 81).

A prefeitura do município de Belo Horizonte, por sua vez, tem apresentado interesses em favorecer o desenvolvimento do empreendedorismo local desde o início da gestão do prefeito Márcio Lacerda (2009-2016). Através do plano estratégico do governo, que possui uma visão de longo prazo para 2030, é proposto transformar a capital mineira em “um centro de excelência em empreendedorismo” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 57). Para isso, a curto e médio prazo, várias medidas foram apresentadas para serem aplicadas durante seu governo (BELO HORIZONTE, 2009).

Essa ambição, de se tornar uma das cidades mais empreendedora do Brasil, faz com que Belo Horizonte seja um caso interessante a ser pesquisado nesse trabalho, haja vista também o seu potencial de avanço. Vale ressaltar que 2016 marca o último ano de mandato da atual gestão, sendo possível assim, evidenciar as possíveis estratégias aplicadas para se atingir esse objetivo, destacando a atuação do governo municipal nas políticas públicas de fomento ao empreendedorismo.

Por meio desse caso, buscou-se destacar as evidências empíricas de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo **implementadas no município**. Procurou-se conduzir trabalhos de campo a fim de se realizar entrevistas com autoridades públicas e privadas no intuito de complementar o diagnóstico da unidade selecionada.

3.3 Coleta de Dados

Yin (2010) aponta para a importância de se buscar diferentes fontes de dados no processo de execução de um estudo de caso. O autor ressalta os benefícios desse processo, afirmando que “a vantagem mais importante apresentada pelo uso de fontes múltiplas de evidência [...] é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação” (YIN, 2010, p. 143). Para o autor o estudo de caso permite a triangulação de técnicas de pesquisas, de maneira que os pontos positivos e as limitações de cada procedimento de coleta de dados sejam complementados durante o estudo.

Nesse trabalho, além da pesquisa bibliográfica na área, que permitiu que fossem elaborados critérios de análise para se entender objeto de estudo, bem como para se

conhecer outros casos pesquisados, que orientaram os passos da pesquisa. Foram realizadas visitas ao campo para a realização de observações diretas, análise de registros de arquivos, análise de documentos, bem como entrevistas com roteiros semiestruturados.

Durante o processo de escolha e leitura do referencial teórico utilizado para desenvolver o presente trabalho, foram incluídos registros de arquivos, a fim de se conhecer a realidade pesquisada, em conformidade às orientações de Yin (2010). Foram estudados os arquivos de uso público, como censos demográficos, banco de dados sobre empregos, renda, mapas, gráficos, e outros arquivos disponíveis no meio eletrônico, os quais permitiram que fosse possível entender o panorama sócio econômico do município pesquisado.

Sendo Belo Horizonte a capital do estado de Minas Gerais, dotada de uma vasta população e extensão territorial, sua prefeitura abriga atualmente 29 secretarias e numerosas subdivisões administrativas. Para identificar as políticas, as pessoas e os órgãos públicos relacionados ao tema pesquisado, foram realizados alguns diálogos acompanhados por observações diretas informais em algumas instituições no município, relacionadas ao tema pesquisado.

A intenção com essa atividade foi de ambientar o pesquisador com o contexto estudado, que inicialmente se apresentava novo para ele, dessa forma foi possível conhecer instituições, estruturas públicas, observar ritmos de trabalhos, pontos de vistas, bem como alguns traços característicos do setor público municipal. Yin (2010, p. 136) aponta que a “evidência observacional é frequentemente útil para proporcionar informações adicionais ao estudo de caso”, nesse caso, além da importância dessa atividade para se colher informações contextuais, como apresentado pelo autor, foi possível que fossem dados os primeiros passos do pesquisador no processo de imersão no caso pesquisado.

Inicialmente foi realizada uma reunião formal com membros do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE do Estado de Minas Gerais, a instituição é reconhecida sua pela expressiva atuação junto aos empreendedores da capital mineira. Esse momento aconteceu no início de Julho de 2016, estavam presentes: o autor e o orientador desse trabalho, membros da gerência da

organização, bem como outros integrantes da instituição que se interessam e atuam na área estudada nessa pesquisa.

O diálogo envolveu a expressão de visões pessoais dos atores sobre o tema de pesquisa, trabalhos específicos da instituição no município, a relação da instituição com a prefeitura, bem como as principais ações do governo municipal frente às necessidades apresentadas pelos empreendedores locais. O momento não foi gravado, entretanto, o pesquisador observou, questionou e ouviu atentamente os momentos de fala dos atores ali presentes, de forma que foi possível realizar anotações. Esses registros, redigidos em formas de tópicos, compostos por frases e ilustrações, serviram de base para a elaboração de um diário de campo, que foi incluído no banco de dados da pesquisa.

Além dessa primeira atividade foram realizados outros momentos de diálogo, a partir dos direcionamentos recebidos, foi possível uma reunião formal não gravada na Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE), mais especificamente na Gerência de Suporte às Ações de Fomento às Micro e Pequenas Empresas (GEAMP) pela qual foi possível coletar outras informações sobre o contexto do empreendedorismo no município bem como as ações municipais a favor desse fenômeno. Foi realizada também uma conversa formal na Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SEDECTES), na Diretoria de Políticas de Fomento ao Empreendedorismo de Minas Gerais, de forma a se entender a visão do estado sobre as políticas da capital, bem como a relação e ações interfederativas para o empreendedorismo. Todas as informações auferidas foram inclusas no diário de campo, que serviu como primeira referência para a pesquisa, a partir dessas atividades foi possível adquirir contatos, de forma a viabilizar novos procedimentos de pesquisa no governo de Belo Horizonte.

Realizou-se também uma pesquisa documental composta por projetos, relatórios e registros legais relacionados à prefeitura de Belo Horizonte - MG. Entende-se por “documento”, nesse trabalho, qualquer material escrito, não científico, passível de ser usado para entender o comportamento humano (SÁ-SILVA et al.2009). Esse tipo de material foi importante para o entendimento histórico do objeto de estudo, como também, para identificar atores chaves a serem incluídos no processo coleta de dados por meio de entrevistas. O Quadro 4 apresenta a lista do principais documentos analisados.

Quadro 4. Lista de documentos analisados

| Documentos | Tipo | Órgão Responsável | Ano |
|--|-------------------|--|------|
| Lei Nº 3.237 de 11 de Agosto de 1980 (Criação da BeloTur) | Lei | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | |
| Lei nº 7.638 de 19 de janeiro de 1999 (CODECON) | Lei | Câmara Municipal de Belo Horizonte | 1999 |
| Lei Complementar Nº 123, de 14 de Dezembro de 2006 (Estatuto da MPE) | Lei | Presidência da República | 2006 |
| Programa de governo Aliança por BH 2009-2012 | Relatório | Aliança PT e PSDB | 2008 |
| Decreto Nº 13697 de 1 de Setembro de 2009 (Regimento Interno CODECON) | Decreto | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2009 |
| Decreto Nº 13.568, de 13 de Maio de 2009 (Criação do BH Metas e Resultados) | Decreto | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2009 |
| Lei Nº 13.568, de 13 de Maio de 2009 (Gestão Estratégica) | Decreto | Prefeitura de Belo Horizonte | 2009 |
| Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030: Avaliação situacional de Belo Horizonte e sua inserção no contexto metropolitano | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2009 |
| Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030: ANEXO II | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2009 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2010 |
| Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030: A cidade que queremos | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2010 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2011 |
| Decreto Nº14.590, de 27 de Setembro de 2011 (PROEMP) | Lei | Prefeitura de Belo Horizonte | 2011 |
| Lei Nº 10.101, de 14 de Janeiro de 2011 (Definição de Unidades) | Lei | Prefeitura de Belo Horizonte | 2011 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2012 |
| Programa de governo BH Segue em Frente 2013-2016 | Relatório | Aliança BH Segue em Frente | 2012 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2013 |
| Lei Nº 10.640 (Lei Municipal de incentivo a PME) | Lei | Câmara Municipal de Belo Horizonte | 2013 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas (1º e 2º quadrimestre) | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2014 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas (1º, 2º e 3º quadrimestre) | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2015 |
| Decreto Nº 14.283 (Instituição de Cargos) | Lei | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2015 |
| Demonstrativo de Execução de Metas Físicas (1º e 2º quadrimestre) | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |
| Estrutura Organizacional da Prefeitura de Belo Horizonte | Página Eletrônica | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |
| Plano Estratégico BH 2030: BH no rumo certo | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |
| BH Negócios: Projeto de Incentivo ao Empreendedorismo da PBH [...] | Jornal Mural | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |
| BH Negócios – Dimensão Territorial | Relatório | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |
| BH Metas e Resultados: Planejando o Futuro. Transformando o presente | Página Eletrônica | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | - |
| Belo Horizonte – Plano Diretor 2016 | Cartilha | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | 2016 |

Fonte: Elaboração própria (2016)

Os relatórios, livros, leis e outros documentos provenientes de páginas eletrônicas são fontes relacionadas ao objeto estudado nessa pesquisa. Por meio destes, foi possível identificar as ações municipais em favor do empreendedorismo, bem como o funcionamento das mesmas e os atores e instituições nelas envolvidas.

Foi realizada também, no processo de coletas de dados, uma série de entrevistas com um roteiro semiestruturado, essa forma de coleta se torna adequada a esta pesquisa por possibilitar o entendimento do objeto de estudo por intermédio da linguagem, a partir da “exploração” da subjetividade dos sujeitos envolvidos com o fenômeno estudado (MANZINI, 2004). Essa forma de roteiro (semiestruturado) se mostrou adequada por permitir uma maior flexibilidade no que se refere à inclusão de novas temáticas e questionamentos dentro do processo de interlocução.

Dessa forma, foi possível explorar o momento das entrevistas a partir de perguntas pré-determinadas que pudessem ser complementadas por meio de novas indagações que estivesse fora do roteiro, conforme as percepções do pesquisador (TRIVIÑOS, 1992). A partir disso foi possível construir um espaço interativo de diálogo entre entrevistador e entrevistado, de maneira que fosse possível obter informações detalhadas sobre a temática estudada.

Os primeiros passos para a escolha dos entrevistados seguiu o processo de identificação das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo evidenciadas na pesquisa documental e nos primeiros contatos com o campo de pesquisa. Sendo as ações sobre o empreendedorismo no município bastante pulverizadas entre os órgãos públicos e privados envolvidos nesse campo de política, foram destacados os principais eixos de atuação apresentados pelo próprio município em seus programas de governo (BELO HORIZONTE, 2008; 2012), e pelos colaboradores municipais e de outras instituições visitadas durante os períodos de imersão no campo.

Nesse sentido foram destacadas as organizações envolvidas nos eixos principais de ação para o empreendedorismo apresentado pelo governo, essa estrutura será descrita no decorrer desse trabalho. As organizações evidenciadas em documentos foram citadas no processo de entrevista de maneira que se confirmaram a identificação dos mesmos, dessa forma foi possível detectar pessoas a serem entrevistadas ao longo da pesquisa a partir da indicação dos indivíduos entrevistados.

O processo de construção de uma amostragem por meio de uma cadeia de referências, ou bola de neve (*snowball*), se mostrou interessante para o desenvolvimento do presente trabalho, uma vez que permitiu a identificação e, principalmente, o acesso a indivíduos presentes em uma estrutura organizacional voltada para o fomento ao empreendedorismo (BIERNACKI; WALDORF, 1981; HANDCOCK; GILE, 2011).

Como critério de saturação foi levado em conta à redundância das informações adquiridas em entrevista, bem como a indicação apresentadas pelos próprios candidatos, em um campo vasto de ações para o empreendedorismo, por vezes isoladas na estrutura institucional dos governos, optou-se por coletar dados por essa técnica de pesquisa apenas entre as organizações indicadas como destaque nas políticas públicas.

Quadro 5 Codificação dos Entrevistados

| Entrevistados | Código do Entrevistado | Representação |
|-----------------|------------------------|---|
| Entrevistado 1 | E1 | SEBRAE Minas |
| Entrevistado 2 | E2 | Secretaria de Modernização (SMAM) |
| Entrevistado 3 | E3 | SEBRAE Minas |
| Entrevistado 4 | E4 | Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE) |
| Entrevistado 5 | E5 | BeloTur (Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A) |
| Entrevistado 6 | E6 | BH Resolve |
| Entrevistado 7 | E7 | BH Resolve |
| Entrevistado 8 | E8 | Federação das Associações de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte de Minas Gerais (FEMICRO - MG) |
| Entrevistado 9 | E9 | Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE) |
| Entrevistado 10 | E10 | Coordenação BH 2030 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

Foram ao todo dez entrevistados, cada entrevista durou cerca de quarenta a sessenta minutos, resultando assim no total de oitenta e duas páginas de transcrição. As perguntas foram concentradas na visão do governo sobre o empreendedorismo, suas pretensões, seus meios de ação, bem como e sobre as instituições envolvidas nas políticas públicas realizadas. O roteiro semiestruturado permitiu que outros assuntos fossem abordados seguindo a fluidez do diálogo, orientado a atender os objetivos desse trabalho.

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra, e frequentemente revisitadas no processo de pesquisa, foram também realizadas anotações sobre os elementos observados durante a pesquisa de campo, sobre os momentos de

interlocuções com os entrevistados, bem como outras situações que chamarem a atenção do pesquisador.

3.4 Análise de Dados

Para analisar, compreender e interpretar o material qualitativo foi utilizada a análise de conteúdo a fim de se entender o contexto estudado e de se aprofundar nos significados que os atores sociais compartilham na vivência de sua realidade. Segundo Bardin (2006, p. 98) a análise de conteúdo é “um **conjunto de técnicas** de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”, ou seja, são métodos que auxiliam no esforço de interpretação dos dados de maneira categorizada, capaz de decodificar as transcrições auferidas do campo de pesquisa.

As fases da análise de conteúdo destacadas pelo autor são: a **pré-análise**, caracterizada pela seleção e organização do material a ser analisado de forma a torna-lo operacional, **exploração do material**, nessa fase os materiais destacados são explorados de forma a se extrair deles informações a serem sistematizadas por meio da formação de categorias de análise, unidades de registro e unidades de contexto de forma a ser possível entender o todo pesquisado a partir da fragmentação organizada das partes. A última fase a ser destacada é a fase de **tratamento dos resultados**, nessa etapa são realizadas as inferências e interpretações dos resultados, esse momento exige dos pesquisadores uma grande capacidade reflexiva e crítica, de maneira a poderem extrair boas considerações do trabalho até aqui delineado. Vale ressaltar que nesse estudo as categorias de análise não foram definidas *a priori*, ou seja, foram construídas durante a análise dos dados.

A análise de conteúdo é uma técnica que possui o objetivo de auferir significação dos dados coletados, e no que se refere principalmente à sua aplicação nas abordagens qualitativas, torna-se, um convite à imersão em um processo de escuta permanente do campo de pesquisa. Para essa pesquisa, ela se apresenta útil, uma vez que são diversas as fontes de dados que a compõe, demandando assim uma técnica de sistematização das informações que propicie ao pesquisador refletir sobre categorias e questões de forma a responder as inquietações que direcionam esse trabalho.

Yin (2010), ao discorrer sobre o processo de análise dos dados auferidos em estudos de caso, destaca quatro estratégias analíticas que devem ser levadas em conta,

são elas: contar com as preposições teóricas, desenvolver descrições do caso, usar dados quantitativos e qualitativos e examinar as explicações rivais. Segundo o autor “a estratégia [...] ajudará a tratar das evidências imparcialmente, produzir conclusões analíticas vigorosas e eliminar interpretações alternativas” (YIN, 2010, p. 158).

No que tange à proposta do presente trabalho foi assumida uma estratégia analítica que conta com preposições teóricas para a organização do estudo de caso. Segundo o autor, a abordagem descritiva de casos é pertinente em estudos cuja estrutura “devem ter vindo de uma revisão inicial da literatura, que [...] revele tópicos atraentes” (YIN, 2010, p. 160). Nesse contexto, as categorias analíticas são pré-definidas no estudo de caso, de forma que seja assumida uma série de referências para a interpretação da realidade estudada, segundo as intenções do trabalho.

Nessa pesquisa foram adotadas como categorias e lentes de análise, o modelo extraído da obra de Verheul *et al.* (2002), que aborda a Teoria Eclética do Empreendedorismo, bem como o modelo de fomento ao empreendedorismo de Lundström e Stevenson (2006), ambos descritos em seus detalhes no referencial teórico desse trabalho. A escolha desses modelos se dá pelo seu reconhecimento na literatura internacional bem como pela abrangência teórica dos mesmos, no que se diz respeito aos possíveis determinantes do empreendedorismo. A partir deles, foi possível identificar políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no caso de Belo Horizonte, bem como entender e caracterizar as estruturas e processos adotados pela capital mineira no contexto de incentivo esse fenômeno,

Buscou-se inicialmente identificar e descrever as políticas públicas de fomento ao empreendedorismo implementadas em Belo Horizonte – MG, bem como a estrutura institucional a elas relacionadas, segundo a proposta dos objetivos específicos (i) e (ii), localizando assim a capital mineira nos modelos assumidos nessa pesquisa (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; VERHEUL *et al.*, 2002). Em seguida, com base nas inferências do caso em análise, é apontado o papel do governo municipal no contexto de fomento ao empreendedorismo por meio de suas políticas públicas.

3.5 Limitações da Pesquisa

Uma das limitações desse trabalho se encontra na especificidade do tema em território nacional. Apesar da existência de estudos abordando casos de fomento ao empreendedorismo em municípios, bem como, cartilhas providenciadas por instituições

públicas, privadas e do terceiro setor, não se encontram estudos que trazem um modelo integrado de fomento ao empreendedorismo, sendo necessária a busca na literatura internacional que, por sua vez, possui suas especificidades a respeito do contexto em que foram elaboradas, no sentido geográfico, político, federativo, econômico e outros aspectos.

A temática tratada nessa pesquisa que envolve o empreendedorismo ainda se mantém imprecisa em vários aspectos, principalmente no que diz respeito a seus determinantes (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006; VERHEUL *et al.*, 2002), oferecendo, portanto, desafios para delimitar o escopo do trabalho uma vez que numerosas variáveis possuem influência sobre o fenômeno estudado.

Este fato, somado à ampla estrutura da Prefeitura da cidade de Belo Horizonte – MG, com seu considerável número de secretarias e colaboradores, oferece limitações à pesquisa no que se refere à cobertura de todas as possíveis ações dos órgãos públicos em função do empreendedorismo. No presente trabalho buscou-se as ações registradas em relatórios de órgão considerados chaves para a área de políticas públicas estudada, bem como aquelas relatadas pelos atores incluídos no processo de coleta de dados.

4 AS PROPOSTAS DE BELO HORIZONTE PARA O FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO

No ano de 2009, Marcio Lacerda (PSB) assumiu a prefeitura de Belo Horizonte, iniciando sua trajetória como dirigente da capital mineira, que foi exercida durante oito anos devido à sua reeleição em 2012. Em seu primeiro projeto de governo “*Aliança por BH: propostas para Belo Horizonte continuar e melhorar*”, foi abordado um plano de “prosperidade” para o município, cujo conteúdo discorria sobre medidas relacionadas ao desenvolvimento econômico local.

Nesse sentido, foram descritas propostas de exploração das potencialidades do município mineiro, que segundo o documento, “reúne hoje [2008], dentro de seu território e nos espaços que formam sua região metropolitana, parte substancial da população de Minas, de suas atividades produtivas e de sua inteligência competitiva” (PROGRAMA..., 2008, p. 31). O programa cita esses elementos além de outras características propícias, como o fato de Belo Horizonte ser a sede do governo estadual, possuir um PIB expressivo no Brasil e sediar universidades e centros de ensino superior de excelência (PROGRAMA..., 2008).

A partir dessas potencialidades o programa de governo apresenta o objetivo de promover emprego e renda pela via do empreendedorismo, assim está relatado no programa:

Essa prosperidade só virá se, ao trabalho de inclusão social, sempre presente e permanente, somarmos a geração de emprego e renda, pela via do **investimento privado na capital**. Daí a importância de sermos capazes de atrair novos empreendedores para a cidade e para a região. (PROGRAMA..., 2008, p. 31, grifo nosso).

A partir desse objetivo, é prometido traçar estratégias de ação que contemplem parcerias interfederativas visando atrair novas empresas para a capital, além de eliminar os eventuais gargalos burocráticos municipais e estaduais no processo de abertura das empresas. É proposta também uma política de atração de investimentos industriais cuja planta das fábricas se instalasse nas regiões vizinhas, enquanto as sedes de serviços se estabelecessem na capital. Como indicado no programa: “embora Belo Horizonte não possua mais espaços para grandes indústrias, o município é dotado de grande vocação para serviços qualificados” (PROGRAMA..., 2008, p. 65).

O programa manifestou interesse em áreas específicas de empreendedorismo, tais como a biotecnologia, as ciências da computação e a tecnologia da informação, ensino, engenharia de projetos, construção civil e engenharia aeronáutica. A proposta se posiciona sobre um contexto de empreendedorismo tecnológico, mais próximo de um modelo de elevado crescimento (*High Growth Firms*), nesse sentido o programa visou uma ação da prefeitura sobre empresas de alto impacto, afirmando que “cabe-lhe o papel de articular, catalisar e facilitar os empreendimentos na área” (PROGRAMA..., 2008, p. 32). O programa visou também incluir o turismo em seus eixos de fomento, através de investimentos em eventos culturais, gastronômicos e de entretenimento, vista a vocação da cidade para o turismo cultura, turismo de negócios, turismo de cidade (ex. para compras), aventura, ecoturismo e de nichos de mercado (ex. excelência médica e moda).

Dessa forma o candidato eleito se posicionou desde seus primeiros passos na prefeitura em favor da consolidação de um ambiente “acolhedor ao empreendedor” (PROGRAMA..., 2008, p. 34), dotado de mecanismos facilitadores da abertura de empresas no município, buscando a “desburocratização” nos processos relacionados às empresas, realizando atividades para atração de investimentos, dando continuidade à construção da incubadora BHTec, bem como incentivando o turismo local.

Essas foram as mesmas bandeiras levantadas em seu segundo mandato, que se mostrou como uma continuidade do plano traçado nos primeiros quatro anos. O texto apresentado por Márcio Lacerda, reeleito para a prefeitura de Belo Horizonte, é intitulado por “*Programa de governo BH segue em frente, 2013- 2017*” e manifesta o interesse em “desenvolver **serviços de valor agregado**, criar um **ambiente estimulante aos negócios e investimentos, desburocratizado**, e ainda focar na capacitação dos recursos humanos” (PROGRAMA..., 2012, p. 101). Dando, portanto, continuidade aos projetos passados, que segundo o programa realizou uma série de atividades com a finalidade de “atrair novas empresas, desenvolver o mercado local e tornar a cidade um centro de excelência em empreendedorismo” (PROGRAMA..., 2012, p. 88).

Entretanto alguns novos temas foram introduzidos na agenda do governo, a destacar, no que se refere ao empreendedorismo, passou a existir a proposta da criação de um programa de desenvolvimento sustentável da empresa de pequeno porte para o patamar de médias empresas. Para esse fim, a prefeitura atuaria na assistência direta à modernização administrativa, financeira e contábil da gestão. Além de oferecer

Sistemas de Garantia a créditos para apoiar a ampliação de mercados. Outras medidas, tais como a criação de um programa para o estabelecimento de médias empresas e políticas para Micro Empreendedores Individuais, através de incentivos fiscais e outros meios (PROGRAMA..., 2012).

Os programas e ações presentes nos planos de governo se apresentam lineares, uma evidência provavelmente comum em continuidades de governos, entretanto, nesse contexto, eles fazem parte de um plano estratégico de longo prazo da prefeitura de Belo Horizonte, dotado de objetivos estratégicos com previsões a serem concluídas até 2030. O programa de governo de Márcio Lacerda apresentado durante a campanha de 2008, já trazia a proposta da construção de um Plano Estratégico de Desenvolvimento do município e com um horizonte mínimo de 20 anos, essa hipótese foi confirmada pelas afirmativas do entrevistado E9, no texto, foi citado em uma seção voltada para o planejamento e desenvolvimento urbano no programa de governo.

O Programa *Aliança por BH* de 2008 serviu de base para a construção de um plano estratégico de longo prazo, resultado de relatórios promovidos por pesquisadores da Macroplan, uma empresa privada, que avaliou a situação de Belo Horizonte e sua inserção no contexto metropolitano e, por fim, apresentaram em 2010 o “*Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030: A cidade que queremos*”, para ser seguida como diretriz das políticas públicas municipais em seus diversos objetivos. Nas palavras do prefeito: “O programa de governo não foi uma peça de ficção eleitoral. Ao contrário, ele possibilitou que iniciássemos um processo de planejamento estratégico na Prefeitura com o objetivo de dar maior eficácia à gestão pública, estabelecendo metas e buscando resultados” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 5).

Uma definição clássica de planejamento estratégico é que se trata de “uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela organização, visando maior grau de interação com o ambiente” (VASCONCELOS FILHO, 1984). Macedo (2012) descreve que a construção de um planejamento estratégico passa pela definição do âmbito da ação planejada, em seguida são definidas as macropolíticas da organização que tratam de dar diretrizes para políticas e filosofias funcionais, são elaboradas também as macroestratégias, que viabilizam a definição de estratégias e objetivos funcionais, e por fim, os macro-objetivos que contemplam a implementação do plano com suas metas. O autor destaca a importância de uma avaliação da consistência do plano e do planejamento orçamentário.

O Plano estratégico de Belo Horizonte é baseado nas seguintes etapas: (i) visão de futuro sobre a cidade; (ii) objetivos estratégicos de longo prazo; e (iii) estratégias de desenvolvimento. Ao todo são três os elementos que compõem a visão de futuro do município para 2030, o plano o define da seguinte forma: “Belo Horizonte: cidade de **oportunidades, sustentável e com qualidade de vida**” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 17, grifo nosso), dentre as três características almeçadas para o futuro, que dão forma ao âmbito da ação planejada no longo prazo, a que mais se aproxima do empreendedorismo é a visão de Belo Horizonte como **cidade de oportunidades**. Essa perspectiva de longo prazo assume os seguintes atributos:

Belo Horizonte gerará **oportunidades** de trabalho de qualidade, criadas pela expansão dos **serviços de valor agregado**, pela **inovação** e pelo **empreendedorismo** conjugados com o desenvolvimento econômico da região metropolitana. A cidade será uma metrópole de projeção internacional e economicamente atrativa, impulsionada pelo **ambiente de negócios dinâmico e desburocratizado**, pela oferta de serviços de qualidade e pelas **parcerias entre os setores público e privado**. Uma cidade que se diferenciará por ter a inovação tecnológica e a vitalidade cultural como elementos centrais para o seu desenvolvimento econômico, estimulando a valorização e retenção de talentos (BELO HORIZONTE, 2009, p. 17, grifo nosso).

Os objetivos estratégicos de longo prazo representam a macropolítica do plano estratégico, de forma a se promover o claro delineamento dos caminhos a serem perseguidos para se atingir a visão de futuro (BELO HORIZONTE, 2009). São ao todo dez essas diretrizes gerais, no que se refere às propostas da presente dissertação, vale destacar o primeiro objetivo apresentado pelo plano, que visa: “Multiplicar oportunidades de trabalho e promover **ambiente favorável à criação e ao desenvolvimento de negócios**, impulsionados por serviços de valor agregado, capital humano qualificado e inserção competitiva nas redes nacional e mundial de cidades” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 22, grifo nosso).

Para haver a implementação dos objetivos de longo prazo, é necessário que existam meios de definição das ações para a materialização de esforços em prol da visão de futuro, as Estratégias de Desenvolvimento assumiram esse papel, são “linhas de ação ou iniciativas altamente relevantes que indicam como a cidade alcançará seus Objetivos Estratégicos de Longo Prazo” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 25). Ao todo são vinte as Estratégias de Desenvolvimento propostas pelo Plano Estratégico Belo Horizonte 2030, no que se refere diretamente ao tema pesquisado é possível destacar três estratégias, são elas:

(1) Estimular ambiente propício à **inovação** e ao desenvolvimento de **serviços de valor agregado**, aproveitando potencialidades econômicas associadas à tecnologia, ao conhecimento, à cultura, ao turismo e ao meio ambiente; (2) Criar ambiente propício ao desenvolvimento de negócios, de forma diversificada regionalmente, para **promover, atrair e manter investimentos** produtivos privados articulados com as potencialidades da cidade e complementaridades econômicas metropolitanas; (3) Assegurar ampla **conectividade às redes de negócios e de serviços públicos e privados**, permitindo a valorização, a atração e o desenvolvimento de talentos (BELO HORIZONTE, 2009, p. 29, grifo nosso).

As estratégias de desenvolvimento se apresentam, portanto, como macro-objetivos que sustentam e dão concretude aos objetivos estratégicos de longo prazo.

Macedo (2012) aponta para as controvérsias existentes na implantação de um planejamento estratégico em cidades, o autor destaca que se por um lado existem casos de sucesso fora do país, por outro, em território brasileiro, são muitas as críticas sobre a diferença entre a formulação e implementação dos planos. Contudo, o autor descreve algumas novidades no que diz respeito à elaboração do planejamento estratégico de cidades, em primeiro lugar esses planos frequentemente são manifestados pela formulação de políticas públicas transversais, que envolvem os diversos setores da administração pública municipal, em segundo lugar, existe a proposição de um plano definitivo a ser implementado pelos diferentes governos ao longo dos anos, dessa forma é possível que as ações permaneçam e sejam aperfeiçoadas, mesmo em troca de prefeitos (MACEDO, 2012).

As características de um planejamento estratégico, como colocadas por Macedo (2012), são convergentes ao caráter multidimensional das políticas de fomento ao empreendedorismo, que, sendo determinado por diversos fatores (culturais, demográficos, tecnológicos, outros), necessita de ações contínuas e transversais de governo, composto pela convergência de políticas de várias secretarias, envolvendo também atores não governamentais (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006). Tendo essas premissas, é possível afirmar que essas características fazem com que o Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030, possivelmente apresenta elementos benéficos ao desenvolvimento do empreendedorismo, pela sua transversalidade e pela existência de uma proposta de longo prazo que tende a oferecer segurança sobre as ações dos governos ao longo dos anos. Essas características serão descritas com maiores detalhes nas próximas linhas.

A continuidade do planejamento estratégico, por sua vez, depende do “forte consenso e coesão social em torno do projeto de futuro desejado e da boa qualidade das instituições e políticas públicas ao longo de todo o período” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 32). Isso porque a implementação do Projeto de Longo Prazo é realizada no médio e curto-prazo a partir dos programas de governo, dos Planos Plurianuais (PPAG) e das Leis Orçamentárias (LDO e LOA). No caso de Belo Horizonte, por dois mandatos consecutivos foi adotado programas de governo condizentes com os objetivos de longo prazo, que se aplicou em implementar as diretrizes das estratégias de desenvolvimento. Nas novas eleições realizadas em 2016, o prefeito eleito, Alexandre Kalil, decidirá o seu alinhamento com as propostas do Planejamento Estratégico de Longo Prazo, podendo colocar em xeque as visões de longo prazo delineadas no documento.

A continuidade do Plano estratégico de Longo Prazo depende, portanto, da decisão dos futuros prefeitos eleitos, que podem planejar as ações dos seus governos segundo as propostas do plano ou não. Pode-se dizer que a perenidade das políticas públicas em torno dos objetivos de longo prazo depende da legitimidade que apresentam frente à sociedade e à própria estrutura burocrática, isto é, a máquina pública. Como afirma o entrevistado E10:

Para o próximo Prefeito. Ele é quem terá o seu plano e governo, espera-se, com base nisto [Planos Estratégico de Longo Prazo], aqui estão definidas todas as áreas importantes, todo o diagnóstico, todas as metas. A não ser que ele [...] jogue fora, ele já está com metade do serviço pronto. Já foi apresentado à sociedade, foi validado, foi apresentado a toda casa. Foi validado (ENTREVISTADO E10).

Sendo assim, as propostas atuais que ressaltam o fomento ao empreendedorismo no município de Belo Horizonte podem ser desarticuladas, fazendo com que as ações de incentivos assumem um segundo plano. Ou por, outro lado, se tornem ainda mais presentes, dependendo das novas diretrizes propostas nos programas de governo de cada dirigente municipal.

Para a “concretização” dos objetivos de Longo Prazo, são utilizados os instrumentos tradicionais de planejamento e gestão da administração pública municipal, o Plano Plurianual de Governo (PPAG) e os instrumentos de orçamento anual, Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e a Lei de Orçamento Anual (LOA). Nesse contexto, parte do Planejamento Estratégico é trazida para o médio prazo a partir do PPAG, e mais precisamente, para o curto prazo pelo orçamento anual.

No caso de Belo Horizonte, durante o governo Lacerda, a operacionalização do orçamento e por fim, consolidação das atividades foi realizada por meio dos projetos sustentadores, distribuídos em áreas de resultados. Essas propostas de ação formam o que foi chamado de “*BH Metas e Resultados*”, que representa a operacionalização das propostas de longo prazo do governo no período de mandato do prefeito.

O BH Metas e Resultados se trata de um programa que abrange 12 Áreas de Resultados e 40 Projetos Sustentadores, ele traduz as áreas de resultados e os projetos sustentadores em metas a serem alcançadas durante os quatro anos de governo e os possíveis resultados esperados nesse período. O programa destaca as prioridades de ação do governo (Áreas de Resultados) e controla e monitora as ações propostas (Projetos Sustentadores) a partir de atores presentes nas várias secretarias responsáveis pelo projeto.

A figura 5 ilustra o papel dos projetos sustentadores na prefeitura municipal de Belo Horizonte.

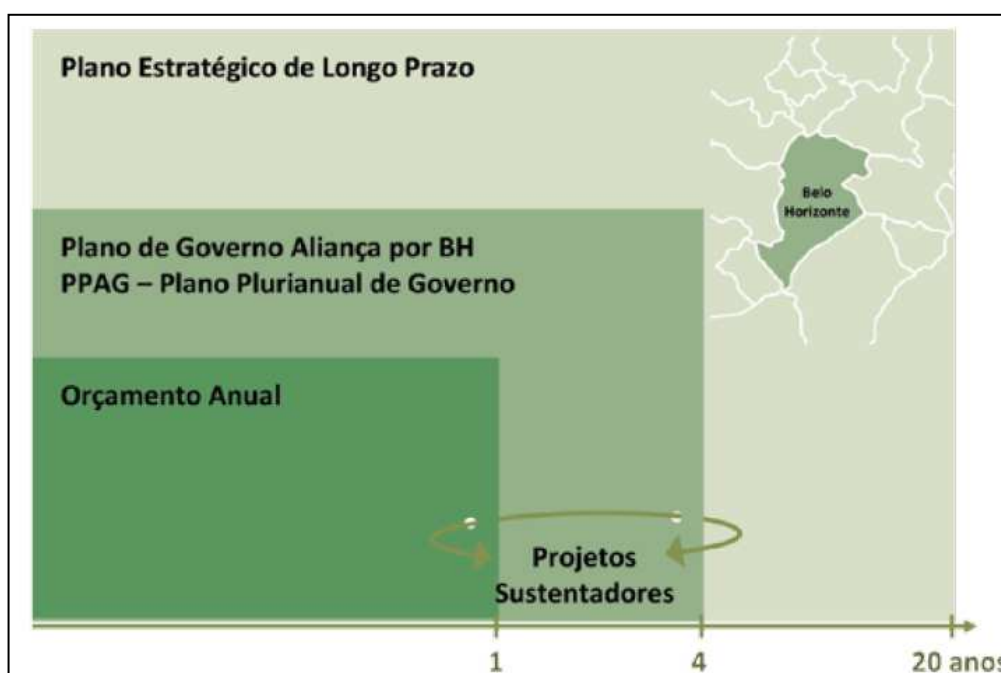


Figura 5. Articulação dos instrumentos de gestão

Fonte: Macroplan – Prospectiva, Estratégia & Gestão (2009)

A figura 5 demonstra a interação entre os instrumentos de gestão municipal no processo de consolidação da visão de longo prazo. O Plano Estratégico define o âmbito das ações para os próximos 20 anos, no médio prazo, a Constituição Brasileira de 1988 define que devem ser desenvolvidos os Planos Plurianuais de Governo por quatro anos, estabelecendo diretrizes para a aplicação dos recursos no município durante esse

período e os orçamentos anuais que explanam, por meio da Lei de Diretrizes Orçamentárias (LOA) e Lei de Orçamento Anual (LOA), os gastos municipais no curto prazo. Os projetos sustentadores, portanto, “passam a ser, nesse modelo integrado, os elementos de ligação entre o futuro desejado nos horizontes de médio e longo prazos e a execução das ações no curto prazo, constantes dos orçamentos anuais” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 34).

No curto e médio prazo, a prefeitura de Belo Horizonte assumiu uma perspectiva gerencial da administração pública, tendo suas ações estratégicas definidas e monitoradas pelo Programa BH Metas. As áreas de resultados, que representam universo aonde os projetos sustentadores irão atuar, concentram as ações do governo no curto e longo prazo, são elas: Cidade Saudável, Educação, Cidade com Mobilidade, Cidade Segura, Prosperidade, Modernidade, Cidade com Todas as Vilas Vivas, Cidade Compartilhada, Cidade Sustentável, Cidade de Todos, Cultura, Integração Metropolitana.

No que diz respeito diretamente ao tema pesquisado, ressalta-se a área de resultado “Prosperidade”, cujo objetivo é “desenvolver serviços de valor agregado e criar ambiente propício aos negócios e aos investimentos” (BELO HORIZONTE, 2009, p. 54). Para isso, o plano se propõe a promover a simplificação e a desburocratização do ambiente de abertura e desenvolvimento de empresas, bem como a promoção de investimentos privados e desenvolvimento do turismo.

Os projetos sustentadores presentes nessa área são: Desburocratização e Melhoria do Ambiente de Negócios; Promoção de Investimentos; Turismo em BH, Copa 2014. Apesar da possível significativa influencia de um evento internacional sobre o dinamismo da economia de um município, esse trabalho não considera o último projeto sustentador devido à sua especificidade, além disso, não se trata de uma atividade corriqueira no contexto dos municípios brasileiros.

A figura 6 ilustra o plano descrito até o momento, destacando os elementos de interesse dessa pesquisa.

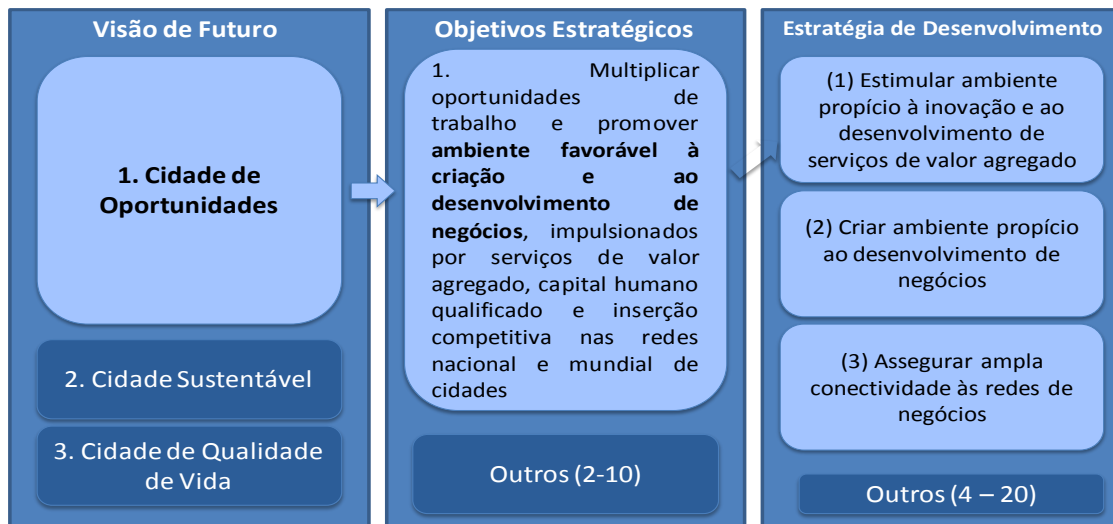


Figura 6. Planejamento de Longo Prazo da Prefeitura de Belo Horizonte
Fonte: Elaboração própria (2016)

A figura 6 ilustra a estrutura do Plano Estratégico de Longo Prazo do município de Belo Horizonte, destacando as propostas favoráveis ao empreendedorismo. Por meio desta imagem é possível perceber inicialmente a intenção da prefeitura em desenvolver a economia local por meio do investimento privado, a existência da proposta de criação de um ambiente favorável à abertura e desenvolvimento de empresas, bem como, a ideia de promover o desenvolvimento do turismo da região, como meio de atração de novos consumidores para o mercado local.

As propostas colocadas pela prefeitura de Belo Horizonte contemplam o empreendedorismo como um importante vetor em sua estratégia de desenvolvimento local. Sobre o tipo de empreendedorismo a ser incentivado, percebe-se o interesse de fomentar a criação e desenvolvimento de firmas de elevado crescimento (*high growth firms*), que se baseiam na inovação e em serviços de valor agregado. Entretanto a proposta de “assegurar um ambiente propício para o desenvolvimento de negócios” oferece uma esfera mais ampla de empreendedorismo a ser incentivado, não restringindo a apenas um tipo de firma. A operacionalização dessas propostas, portanto, é realizada através dos projetos sustentadores de Desburocratização, atração de Investimento e Promoção do Turismo em Belo Horizonte.

O plano estratégico de Longo Prazo de Belo Horizonte foi reformulado no ano de 2016, apresentando uma atualização nas metas e dos resultados. O plano criado em 2009 era composto por 6 objetivos estratégicos, 25 Metas e 20 estratégias, atualmente, o plano revisado teve suas metas ampliadas: são 7 desafios, 43 metas e 36 estratégias. Sob o nome de *Plano Estratégico BH 2030: BH no rumo certo*, o plano reformulado conta ainda com 11 áreas para resultados e 5 áreas de sustentação. Em termos práticos para a pesquisa, não houve alterações nas ações da prefeitura em curto prazo, uma vez que as atividades foram pautadas nas premissas do primeiro plano estratégico.

Vale ressaltar que as políticas públicas promovidas pelo governo municipal de Belo Horizonte vão além do âmbito delimitado nas áreas de resultado e nos projetos sustentadores, eles representam **áreas em destaque** para a ação da prefeitura, por isso foram o ponto de partida para a pesquisa e elaboração desse trabalho.

As propostas existentes no plano Estratégico de Longo Prazo de Belo Horizonte são traduzidas nos Planos Plurianuais do governo (PPAG) que estabelecem as diretrizes de médio e curto prazo, pelas quais as organizações públicas municipais de belo horizonte delineiam diversos outros Programas, Ações e Sub-ações para atingirem objetivos específicos nas áreas em que atuam.

O Relatório de Avaliação do Plano Plurianual de Ação Governamental / PPAG 2010-2013 trás a definição desses elementos, segundo o texto:

“**Programa** é o instrumento de organização da atuação governamental que articula um conjunto de ações que concorrem para um objetivo comum pré-estabelecido [...] **Ação** é a operação da qual resulta um produto (bem ou serviço) ofertado à sociedade ou que contribui para atender ao objetivo do Programa. As ações podem ser classificadas como Projetos (limitadas no tempo), Atividades (contínuas) e Operações Especiais. [...] **Sub-ação** é o desdobramento da Ação e constitui os quantitativos das metas físicas, com seus respectivos produtos e unidades de medida” (BELO HORIZONTE, 2010, p. 13, grifo nosso)

Se os elementos do Programa de Governo forem classificados segundo essas categorias, pode-se entender que os “projetos sustentadores” são as **ações do governo** colocadas como prioridade entre as outras medidas, dotado de várias metas e resultados esperados (sub-ações).

É possível afirmar, portanto, que o governo municipal de Belo Horizonte – MG, no período analisado, assume o empreendedorismo como um elemento importante a ser fomentado, uma vez que associa esse fenômeno a um impacto positivo no

desenvolvimento econômico local. Essa constatação já evidente nos programas de governo das gestões 2009-2012 e 2013 -2016 são ressaltadas pelo destaque dado ao fomento ao empreendedorismo, tanto de alto crescimento quanto de outros tipos, em um planejamento estratégico de longo prazo, consolidado em ações prioritárias de desburocratização, promoção de investimentos e de desenvolvimento turístico da capital mineira.

Vale ressaltar também que políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte se inserem em um planejamento estratégico de longo prazo no setor público, sob um modelo gerencialista de administração, composto por metas a serem cumpridas pelas organizações competentes e cujos resultados são periodicamente avaliados.

Não se pode afirmar, com base nesse caso, que exista alguma relação direta entre uma perspectiva gerencialista na gestão pública e o interesse do dirigente municipal com o fomento ao empreendedorismo, é possível destacar apenas que, no caso da capital mineira, as ações para fomento ao empreendedorismo estão vinculadas a um modelo gerencial de gestão. Essa característica pode estar relacionada ao histórico do prefeito no setor privado a frente de suas próprias empresas.

Sabe-se, contudo, que Belo Horizonte, assim como outros municípios de Minas Gerais, tem se atentado a realizar políticas públicas de fomento ao empreendedorismo nos últimos anos, como afirma o entrevistado E10.

De um tempo para cá que os municípios, alguns municípios, felizmente bons municípios já, começaram a entender que eles tem sim um papel nisso [no fomento ao empreendedorismo].[...]. Quero dizer, tem uns que prometem mundo e fundos, mas eles não vão mexer na legislação trabalhista, eles não vão mexer na legislação de câmbio, eles não vão mexer em juros, eles não vão mexer em política de exportação, eles não vão mexer em nada disso. Mas eles vão ser boas cidades para serem escolhidas pelos investidores (ENTREVISTADO E10).

O entrevistado destaca o reconhecimento de alguns municípios de que eles possuem um papel no processo de fomento ao empreendedorismo por meio de políticas públicas, nesse sentido, se inclui o pensamento existente no governo de Belo Horizonte, uma vez que o entrevistado representa a coordenação do planejamento estratégico de longo prazo aplicado ao município.

São evidenciados também alguns limites do município no que se refere à sua atuação sobre o empreendedorismo, em termos de suas competências ele está inabilitado

em atuar sobre variáveis macroeconômicas tais como os juros, o câmbio, bem como sobre medidas de legislação trabalhista, entretanto, é possível a essa unidade federativa agir dentro de seus limites para se tornar atrativa aos investidores. No caso de Belo Horizonte-MG, optou-se por realizar ações de desburocratização, promoção de investimentos e de desenvolvimento turístico, além de outras medidas existentes fora dos eixos de prioridades do governo. Nesse sentido, foram delineadas estruturas organizacionais que se tornaram benéficas ao fomento empreendedorismo, sendo planejadas para esse fim ou não. Elas foram descritas na próxima seção.

5 ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS PARA O EMPREENDEDORISMO EM BELO HORIZONTE - MG

Para a formulação e implementação de políticas públicas relacionadas às propostas existentes nos programas e planos de governo, é necessário que haja um conjunto institucional que ofereça uma cadeia de organizações que operacionalize o planejamento, de maneira a ser transferido do âmbito abstrato para uma esfera concreta e prática.

Entre os diversos órgãos públicos, privados e de economia mista que compõem ou se relacionam com a prefeitura municipal de Belo Horizonte – MG é possível destacar estruturas novas, ou provenientes de governos anteriores, que de alguma forma contribuem para o fomento ao empreendedorismo conforme apontam os interesses da gestão municipal no período estudado. São três as estruturas organizacionais construídas na prefeitura de Belo Horizonte cuja existência oferece condições benéficas ao empreendedorismo, são elas: (i) a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE); (ii) o Conselho de Desenvolvimento Econômico Municipal; (iii) e a estrutura construída para o BH Metas e Resultados.

5.1 A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE)

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) foi criada em 14 de janeiro de 2011, por meio da lei nº 10.101, que descreveu a sua finalidade a qual consiste em:

Art. 80-C - Articular a definição e a implementação da política de desenvolvimento econômico do Município, de **forma integrada e intersetorial**, visando ao **fomento industrial, comercial e de prestação de serviços**, à promoção de programas estratégicos de planejamento urbano e à execução de atividades destinadas ao desenvolvimento econômico sustentável do Município, harmonizado com a inclusão social de todos os cidadãos. (BELO HORIZONTE, 2011, grifo nosso).

A partir dela foram integradas diversas áreas voltadas para o desenvolvimento econômico do município, tais como, aquelas que tratam de ações voltadas para os trabalhadores, ao planejamento urbano, ao turismo, a relações internacionais, bem como a medidas diretas atração de novos empreendedores. A figura 7 demonstra a estrutura organizacional construída a partir das estratégias do governo.

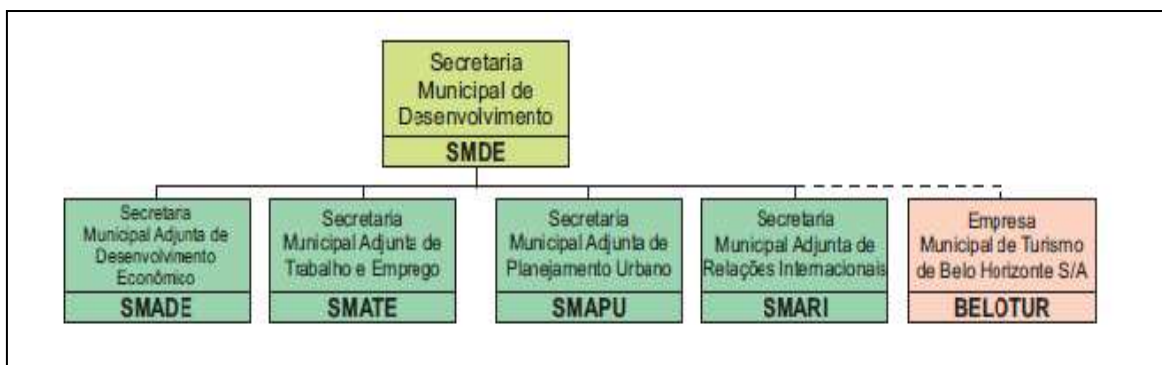


Figura 7. Estrutura organizacional da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDES)

Fonte: Site Prefeitura de Belo Horizonte (2016)

A secretaria é composta por quatro subsecretarias e uma empresa de economia mista, a BeloTur. Por meio delas são formuladas e implementadas as políticas públicas de desenvolvimento econômico de acordo com as especialidades de cada, de forma a atuarem nas áreas destacadas pelo governo como prioritárias para o desenvolvimento econômico municipal.

Em uma análise aprofundada sobre as instituições que compõem a SMDE é possível destacar quatro principais subsecretarias que atuam, segundo a proposta do governo, diretamente sobre o empreendedorismo, são elas a Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE), a Secretaria Municipal Adjunta de Planejamento Urbano (SMAPU) e a Empresa Belotur.

Com a criação da SMDE foi instaurada a Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE), que se **destaca entre todas as unidades orçamentárias do governo** no que se refere à atuação sobre o empreendedorismo. A ela compete a responsabilidade de “Art. 80-F [...] elaborar e implementar a política de fomento industrial, de comércio e de prestação de serviços, e outras parcerias que priorizem a vocação da Cidade” (BELO HORIZONTE, 2011).

Entre as ações dessa secretaria se encontra a responsabilidade de elaborar e implementar políticas de desenvolvimento econômico por meio do investimento privado que se baseiam em políticas de fomento à empreendimentos de pequena escala, em desenvolver ações de melhorias do ambiente municipal de negócios por meio de orientações técnicas e apoio financeiro, principalmente à pequenas e médias empresas e microempreendedores individuais e outras atividades relacionadas ao desenvolvimento do empreendedorismo.

Enquadram-se também nas competências da SMADE ações relacionadas ao estímulo a empreendimentos de base tecnológica, atração de investimentos externos ao município, bem como a elaboração, desenvolvimento e coordenação de atividades relacionadas a parcerias público-privadas (PPP's). O governo de Belo Horizonte se apresenta como “a capital com maior número de PPPs e Concessões do país” (PROGRAMA...,2012).

A SMADE é responsável por implementar um projeto sustentador do Plano Estratégico de Belo Horizonte, que visa a **promoção e atração de investimentos**, de forma que sua ação se posiciona entre as prioridades de ação do governo. A criação dessa secretaria pode ser vista como a materialização da intenção e abertura da gestão municipal para o desenvolvimento a partir do investimento privado, principalmente, através do empreendedorismo. Endossando essa visão, vale citar que a secretaria comporta duas gerências importantes para o empreendedorismo no município, a Gerência de Apoio e Fomento às Micro e Pequenas Empresas (GEAMP) e a Gerência de Atração e Promoção de Investimento (GAPI) que atuam em programas de fomento direto ao empreendedorismo.

A GEAMP atua sobre o fomento ao empreendedorismo de sobrevivência (*survival ventures*) a partir da coordenação do Programa BH Negócios, que tem por finalidade a formalização de empreendimentos do tipo “Microempreendedores Individuais (MEIs)”, oferecendo aos mesmos, um conjunto de capacitações, acesso ao crédito, e outras medidas. Esse projeto é realizado em parceria com a Federação das Associações de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (FEMICRO), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor (CentroCAPE) formando assim um convênio entre organizações públicas, privadas e do terceiro setor para a implementação do projeto de fomento ao empreendedorismo.

A GAPI, por sua vez, está relacionada ao processo de atração e promoção do investimento, em especial aqueles relacionados a serviços de valor agregado. Seus esforços se concentram em promover a atração de novos empreendimentos para o município. Existem também, nesse processo, parcerias dessa gerência com incubadoras de empresas de base tecnológica tais como o BHTec e o FumSoft, a fim de promover incentivos para a criação e desenvolvimento de empresas de elevado crescimento (*HG Ventures*).

A existência das duas gerências e os projetos desenvolvidos pelas mesmas reforça o entendimento de que existe uma abertura do governo belo-horizontino para fomentar os diversos tipos de empreendedorismo, entretanto, a forma como esses nichos são incentivados é realizada de maneiras distintas.

É possível evidenciar na SMADE ações diretas sobre dois tipos de empreendedorismo, que são foco de políticas públicas, o empreendedorismo de sobrevivência (*Survival Ventures*) representado pelos projetos relacionados aos MEI's da GEMP, e o empreendedorismo de elevado crescimento (*High Growth Ventures*) fomentado pelas políticas geridas da GAPI, outras formas de empreendedorismo são afetadas de maneira mais genérica, como, por exemplo, por meio de compras públicas, do processo de desburocratização proposto pelo governo, ou por outras medidas nesse sentido.

Aplicada à outra dimensão do desenvolvimento econômico do município de Belo Horizonte, a Secretaria Adjunta de Trabalho e Emprego (SMATE) que “Art. 80-H [...] tem por finalidade elaborar e implementar a política de investimento em qualificação e requalificação profissional e em geração de emprego no Município, visando o desenvolvimento econômico com inclusão social” (BELO HORIZONTE, 2011).

Vale ressaltar que a qualificação e requalificação oferecida pela unidade não está diretamente relacionada à abertura e desenvolvimento de empresas (a não ser em casos pontuais, como no que diz respeito às categorias que podem se tornar MEIs), mas sim de profissionais a serem empregados por elas. Ações nesse sentido, por sua vez, são caracterizadas por Storey (2008) como exemplos de micro políticas voltadas para Pequenas e Médias Empresas (PMEs), uma *SME's Policy*, que tende a oferecer mão de obra capacitada para os empreendimentos de forma promover o desenvolvimento de empresas já existentes.

Seguindo a descrição das subsecretarias, outra organização importante a ser destacada no que se refere ao fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte, é a Secretaria Municipal Adjunta de Planejamento Urbano (SMAPU), a ela cabe a responsabilidade de “elaborar e implementar a política de planejamento urbano e a execução de atividades destinadas ao desenvolvimento urbano sustentável do Município” (BELO HORIZONTE, 2011). A importância dessa unidade existe devido à sua grande influência sobre o processo de abertura e expansão das empresas no

município, porque cabe a ela a coordenação e planejamento da regulação pública sobre o solo urbano, isso implica na competência de emissão de alvarás de licenciamento urbano.

No que se refere às intenções de Belo Horizonte sobre o fomento empreendedorismo, a SMAPU assume um papel importante no processo de desburocratização e melhoria do ambiente de negócios. Primeiramente, no ano de 2016 a secretaria adjunta elaborou um novo plano Diretor para o município, que tem em suas propostas ações voltadas para a distribuição do comércio que tende a afetar o ambiente de negócios em Belo Horizonte.

Em segundo lugar, com maior presença nas atividades do governo de Lacerda, a secretaria adjunta é um importante elemento para o processo de desburocratização do município, como propõe o Programa BH Metas e Resultados, a rapidez da liberação do licenciamento urbano facilita o processo de abertura e desenvolvimento de novas empresas. Essa ação é parte de um projeto sustentador sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Governo (SMGO), o programa de “Desburocratização e Melhoria do Ambiente de Negócios”, presente no plano estratégico do município, que será mais bem detalhado nas próximas páginas.

A Secretaria Municipal Adjunta de Ralações Internacionais (SMARI), por sua vez, tem por objetivo “estabelecer e manter relações e parcerias internacionais e planejar e coordenar as políticas e ações para negociação e captação de recursos financeiros junto a organismos multilaterais e agências governamentais estrangeiras” (BELO HORIZONTE, 2011).

Essa instituição atua sob todas as atividades de projeção internacional do município de Belo Horizonte, e em parceria com a Gerência de Atração e Promoção de Investimento (GAPI) da SMADE, possui entre suas atividades a missão de atrair investimentos externos para o município, bem como incentivar a instalação de empresas internacionais na capital mineira. Na secretaria também é realizada a produção do *marketing* internacional do município, bem como a promoção de convênios entre países para comercialização dos produtos e serviços das empresas instaladas em seu território.

Por fim, é importante destacar a presença da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (BeloTur) que atualmente é parte da SMDE, mas que foi criada, por meio da Lei Nº 3.237 de 11 de Agosto de 1980, tendo por objetivo “Art. 15[...] a

supervisão, coordenação e direção de todas as atividades inerentes ao desenvolvimento do turismo, do lazer e demais serviços afins”(BELO HORIZONTE, 1980).

Desta forma, a partir da promoção de eventos culturais, artísticos, sociais e outras maneiras de prestação de serviço para o desenvolvimento turístico, a BeloTur tende a influenciar o empreendedorismo de maneira indireta, de forma a atrair consumidores e movimentar a cadeia produtiva do turismo municipal. Sob essa perspectiva, Donaire *et al.*, (2009, p. 3) afirma que a atividade turística tem sido “reconhecida como um setor estrategicamente importante para gerar negócios, atrair investimentos e aumentar os postos de trabalho”. Essa constatação demonstra o papel do turismo no processo de dinamização do mercado de produtos e serviços aonde é praticado, sendo, portanto, um elemento importante a ser citado no contexto de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo.

Essa premissa se aplica à realidade de Belo Horizonte, que encara o turismo como uma via para a consolidação de um ambiente propício ao empreendedorismo e ao desenvolvimento local, de forma a destacá-lo como projeto sustentador em seu planejamento estratégico de longo prazo.

Tendo em vista a descrição aqui realizada, é possível concluir que a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico pode ser reconhecida como uma estrutura organizacional que representa a intenção do governo municipal de promover o desenvolvimento econômico local, tendo o fomento ao empreendedorismo como um fator de relevância. Essa perspectiva é confirmada na fala de um representante da secretaria incluído na pesquisa, o entrevistado E4 afirma:

O papel da Secretaria de Desenvolvimento Econômico é fomentar o desenvolvimento na cidade ou pelo menos contribuir de alguma forma, identificar nichos aonde a prefeitura tenha interesse de atrair empresas, atrair investimentos para a cidade, contribuir no sentido de **facilitar um pouco a vida do empreendedor** (ENTREVISTADO E4).

É possível também destacar outras duas características básicas que podem ser extraídas da análise sobre a estruturação da SMDE. Primeiramente ela pode ser vista como uma **cadeia de integração** entre diversas organizações intragovernamentais, logicamente, relacionadas ao desenvolvimento econômico local. Não se restringindo a essa perspectiva, a secretaria reúne importantes instituições para o empreendedorismo dentro do organograma municipal, como pode ser evidenciado pela presença da SMADE, da SMAPU e da BeloTur, juntamente com as subdivisões que as compõem.

Em segundo lugar, é possível entender a SMDE como uma **referência institucional** para o empreendedor de Belo Horizonte, ou que deseja se instalar no município. A fala do entrevistado E4 confirma essa perspectiva ao discorrer sobre a criação da secretaria na prefeitura da capital mineira.

Antes existia uma reclamação muito grande por parte de órgão representativos de classes, por exemplo, os lojistas, o CDL, a Associação Comercial. Eles não encontravam um fórum dentro da prefeitura, ou um espaço dentro da prefeitura aonde eles pudessem trazer suas questões, suas dificuldades e seus anseios. E a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, de alguma forma, ela veio suprir essa necessidade, então a gente tenta, de alguma forma também ouvir os empreendedores, ouvir as entidades que representam os empresários e suprir também essa questão. (ENTREVISTADO E4)

O trecho apresentado indica que a SMDE se apresenta como uma porta para a captação das demandas do empreendedor, que há algum tempo atrás não encontrava essa abertura. Essa visão parte de um membro da prefeitura, que de certa forma, pode trazer uma opinião inclinada a apontar os pontos positivos da gestão em que se insere. O entrevistado E8, por sua vez, é integrante de uma organização representativa de empreendedores e afirma o seguinte sobre a abertura da prefeitura às demandas desse segmento:

Ela sempre esteve aberta [ao empreendedor], mas nunca tão provocada. Hoje a gente conseguiu, e a própria prefeitura reconhece, a última gestão, que foram os dois últimos mandatos do atual prefeito. Foi testemunho disso. Muitas ansiedades, dificuldades, angústias do empreendedor, elas existiam, mas a prefeitura não tinha conhecimento. Então não havia uma entidade que colhia a angústia daquele seguimento, daquele pequenininho e trazia para debater com a prefeitura (ENTREVISTADO E8).

A fala do entrevistado favorece a interpretação de que não é exclusividade dessa gestão a “abertura ao empreendedorismo”, neste caso, ao diálogo com representantes de classes que buscam respostas para as suas demandas frente à administração municipal. Entretanto, o entrevistado indica que nunca a prefeitura foi tão provocada a agir a favor do empreendedorismo, esta afirmativa vinda de um membro representante da classe dos MPEs (Micro e Pequenas Empresas) e MEIs (Microempreendedores Individuais) aponta não só para uma abertura prévia ao empreendedorismo, como os programas de governo demonstram, mas também para a existência de uma pressão exercida por movimentos representativos.

Outra questão apresentada pelo trecho se refere à inexistência, até então, de uma entidade que colhia as demandas do Microempreendedor individual, bem como do

pequeno empresário. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) buscou suprir essa necessidade de maneira que o entrevistado, atualmente possui amplo acesso às instalações e aos servidores da organização.

Ainda sobre essa questão, o entrevistado E10, cuja experiência é de longa data na administração pública mineira, descreve algumas observações sobre a relação da gestão municipal com o empreendedorismo ao longo dos anos, quando trabalhava para o governo do Estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte até uns 10 anos atrás, mais ou menos, os negócios era uma coisa que era incômoda. Era muito engraçado, a gente estava no Estado, então algum empresário vinha querer se implantar em Belo Horizonte, e o que vinha da cidade, da Prefeitura era encargo [...] e você não tinha naquela época nenhuma unidade, nenhuma secretaria, você não tinha nem quase com quem conversar. Tinha secretaria de desenvolvimento urbano, de serviço urbano que muito corretamente tratava disso, tem o licenciamento essas coisas burocráticas. [...] isso era comum não era um traço de Belo Horizonte não. Do desenvolvimento econômico tratava mais o estado e, mas isso era comum, não tinha muito nem secretário de desenvolvimento econômico, não era muito comum isso nas cidades (ENTREVISTADO E10).

O entrevistado, que aqui representa a coordenação do plano estratégico de Belo Horizonte, descreve também um crescente aumento do número de municípios que tem se preocupado com o fomento ao empreendedorismo. Nesse sentido, é possível evidenciar na fala do entrevistado indícios de que houve o desenvolvimento de uma consciência entre os gestores públicos ao longo dos anos, que reconhecem o empreendedorismo como um elemento importante para a promoção do desenvolvimento econômico dos municípios. Essa perspectiva nos leva ao entendimento de que não apenas Belo Horizonte passou a se interessar pelo fomento ao empreendedorismo, mas os municípios mineiros como um todo passaram a assumir um papel nesse campo de políticas públicas.

5.2 O Conselho de Desenvolvimento Econômico Municipal (CODECOM)

É importante citar também a existência do Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico (CODECOM) que foi criado pela Lei nº 7.638 em 19 de janeiro de 1999, na gestão de Célio de Castro. Essa instituição surgiu juntamente a dois projetos de incentivos fiscais redigidos na mesma lei, o Programa de Incentivo à Instalação e Ampliação de Empresas (PROEMP) e o Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico de Belo Horizonte (FUNDEBH) que subsistem até hoje como políticas públicas. O Conselho teve por secretaria executiva a Secretaria

Municipal de Indústria e Comércio (SMIC) de Belo Horizonte, foi criado com a finalidade de estabelecer a política de desenvolvimento econômico do Município, prescrever os incentivos fiscais do PROEMP e definir as condições de operacionalização e aplicação dos recursos do FUMDEBH.

O CODECOM foi reformulado em 2009, pelo Decreto Nº 13.697 de 1º de setembro daquele ano, na gestão do prefeito Marcio Lacerda. Entre as atividades prescritas ao conselho permaneceram as competências acerca das decisões sobre o PROEMP e do FUNDEBH. Foram incluídas também outras medidas, como a de estabelecer políticas de desenvolvimento econômico para o município, orientar e assessorar o Prefeito na coordenação do inter-relacionamento entre os setores público, privado e comunidade científica e tecnológica, além de orientar e apoiar a alocação racional de novos estabelecimentos empresariais no município (BELO HORIZONTE, 2009).

Nesse novo contexto, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMADE), desde o Decreto Nº 14.717, de 14 de dezembro de 2011, passou a funcionar como secretaria executiva do conselho municipal. O CODECOM é mais uma organização na Prefeitura de Belo Horizonte que promove a integração de diversas instituições, essa característica não se limita aos tempos atuais, o conselho sempre foi composto por diversas instituições de interesse internas e externas ao governo municipal.

Atualmente, o conselho é formado pelo Prefeito de Belo Horizonte, que o preside, pelo Vice-Prefeito, vice-presidente, por titulares e suplentes dos vários órgãos e instituições: Câmara Municipal de Belo Horizonte; Secretaria Municipal de Governo de Belo Horizonte; Secretaria Municipal de Finanças de Belo Horizonte; Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Informação; Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - BELOTUR; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico - SEDE; Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE/MG; Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG; Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais - BDMG; Parque Tecnológico de Belo Horizonte – BHTEC, além de outros membros que se apresentam mediante ao convite da presidência.

Ao CODECOM estão vinculadas **câmaras técnicas setoriais** que cumprem com as determinações da assembleia geral do conselho, além de oferecerem informações sobre os diversos setores de interesse da prefeitura, para a formulação de políticas

públicas. No que se refere ao empreendedorismo, existem câmaras específicas de campos de interesse da prefeitura de Belo Horizonte, são elas as de Tecnologia da Informação (TI), Moda, Micro e Pequeno Empreendedorismo (MPE), Saúde e Biotecnologia e Cooperativismo, entretanto atuação dessas instituições se mostraram pouco evidentes durante o processo de pesquisa.

É possível entender que Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico possui um papel importante de integração dos esforços de organizações internas e externas ao governo. São trazidos para o mesmo ambiente decisório secretarias e empresas públicas do município, reforçando a convergência interna de suas medidas. Além do mais, o modelo adotado pela prefeitura reúne interesses interfederativos, manifestado pela presença de representantes do governo de Minas Gerais, bem como, interorganizacionais, mediante a inclusão de instituições privadas e de economia mista externas ao governo municipal.

Tendo em vista os aspectos do campo de fomento ao empreendedorismo apresentado por Lundström e Stevenson (2006), que apontam para uma complexidade existente em sua própria composição, por envolver várias áreas de atuação de políticas públicas, é possível inferir que o modelo apresentado pela Prefeitura de Belo Horizonte através da CODECOM, se mostra interessante para a atuação pública sobre essa realidade, a integração dos esforços intra(inter)organizacionais e interfederativos, tende a favorecer uma formulação e implementação correspondente à complexidade do campo.

Ademais, a possibilidade de um diálogo contínuo existente entre as unidades federativas apresentada pela estrutura do Conselho, vai de encontro às evidências apontadas por Spink (2013), que apresenta o campo de fomento ao empreendedorismo no Brasil dotado de uma sobreposição de esforços entre as unidades federativas, e de instituições de interesses. O modelo adotado no município de Belo Horizonte trás essa abordagem de integração, que se mostrou presente na SMDES, no CODECOM e é reforçado pelo Programa BH Metas e Resultados, descrito na próxima subseção.

5.3 O Programa BH Metas e Resultados

Para que se entenda sobre a cadeia institucional ligada ao empreendedorismo no governo de Belo Horizonte – MG é importante, também, discorrer sobre as estruturas

organizacionais formadas para operacionalizar o BH Metas e Resultados, bem como suas características, que fomentam a atividade empreendedora no município.

O BH Metas e Resultados, já explanado nesse estudo, é um modelo de gestão estratégica do governo municipal de Belo Horizonte instaurado em 2009, cujo objetivo é cumprir, no curto prazo, os projetos que buscam realizar as ambições do município traçadas para o horizonte temporal de vinte anos. Nesse intuito, são elaboradas metas a serem alcançadas por diversos setores, também é mantida uma contínua avaliação dos resultados dos programas e dos projetos em andamento no município.

A publicação do Programa BH Metas e Resultado, a partir do Decreto N° 13.568, de 13 de Maio de 2009, descreve a finalidade para qual foi criado, que consiste em promover a “Art 3° IV - gestão de recursos técnicos orientada para **integração das ações** e potencialização de resultados, racionalização de tempo de resolução e ampliação da abrangência e qualidade de atendimento da rede de serviços públicos do Município” (BELO HORIZONTE, 2009, grifo nosso).

A estrutura criada para a elaboração, monitoramento e avaliação das metas e resultados do programa possui um caráter de integração das diversas organizações vinculadas a uma área de resultados destacadas pelo Plano estratégico BH 2030. Trata-se de uma organização transversal presente nas secretarias de governos que une os esforços intraorganizacionais (dentro da própria prefeitura) e interorganizacionais (na relação entre a prefeitura e outras instituições de interesse do governo).

O programa é dirigido por uma Coordenação Executiva do Programa BH Metas e Resultados, que assessora o prefeito no planejamento e coordenação geral do plano. Foram criadas gerências para cada projeto sustentador, que distribuídas entre as secretarias e outros órgãos responsáveis por metas e resultados, promovem o estabelecimento e monitoramento das mesmas. Dessa maneira, as diversas ações realizadas por secretarias e outras unidades são integradas em um sistema de gerenciamento.

No que se refere ao empreendedorismo, como foi mostrado no Capítulo 4, dentro do Plano Estratégico BH 2030 se encontra uma área para resultados denominada “Prosperidade”, nela estão inclusos os Projetos Sustentadores de “Desburocratização, Promoção do Investimento e Turismo em BH”, que possuem cada qual sua própria gerência, que une os diversos atores em prol das metas e resultados estabelecidos. Para

um melhor entendimento do modelo aplicado em Belo Horizonte foi elaborada a Figura 8, correspondente às ligações presentes entre as instituições estudadas.

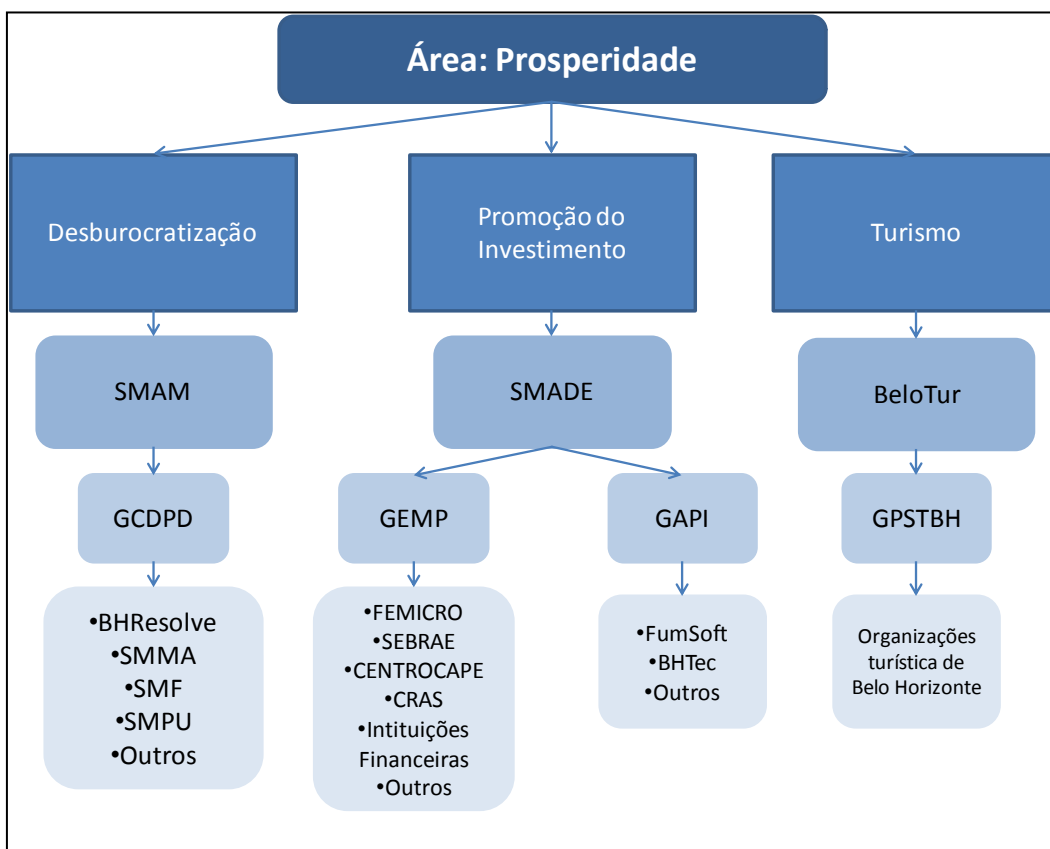


Figura 8. : Estrutura organizacional BH Metas e Resultados – Eixo Prosperidade
Fonte: Elaboração Própria (2016)

Por meio da Figura 8 é possível entender a principal estrutura de fomento ao empreendedorismo construída pela Prefeitura de Belo Horizonte, isso porque através dessa cadeia são realizadas as ações tidas por prioritárias pelo município. Trata-se de áreas sobre as quais o governo municipal se comprometeu com a sociedade sobre a sua realização, de maneira que seja possível mensurar sua eficácia devido à demarcação de metas e a exposição de seus resultados em um curto prazo de atuação (no máximo quatro anos). Sobre essas medidas é sustentada a ambição de Belo Horizonte de se destacar como um município de referência em empreendedorismo no Brasil.

Vale ressaltar que o “centro das atenções” da prefeitura de Belo Horizonte no Longo Prazo é a promoção do desenvolvimento econômico, isto é, o crescimento da renda municipal acompanhado pelo aumento das oportunidades de emprego para os munícipes. Para isso, o investimento privado, que resulta na criação e desenvolvimento de negócios, se torna uma “pedra angular” nesse processo. Portanto, é possível entender as organizações vinculadas ao eixo “Prosperidade” como uma estrutura pró-

empreendedorismo, e não somente isso, uma vez que nelas estão concentradas as principais ações de incentivo a esse fenômeno.

Os projetos sustentadores de Desburocratização, Promoção do Investimento e Turismo estão respectivamente sob a responsabilidade da Secretaria Municipal Adjunta de Modernização (SMAM), da Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico (SMADE) e da BeloTur, sendo que cada um desses órgãos possuem Gerências dos Projetos Sustentadores responsáveis por articular os atores envolvidos nas políticas, estabelecendo metas e analisando os resultados.

O eixo de “Desburocratização” é dirigido na SMAM pela Gerência de Coordenação do Plano de Desburocratização (GCPD), ele tem como objetivo “Melhorar o Ambiente de Negócios de Belo Horizonte, com foco na otimização dos processos de Licenciamento e Regularização” do município (BELO HORIZONTE, 2014). Para isso, a gerência busca articular as instituições relacionadas aos processos de abertura ou desenvolvimento de empresas, tais como a Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMMA), a Secretaria Municipal de Finanças (SMF), a Secretaria Municipal Adjunta de Planejamento Urbano (SMAPU), o BH Resolve e outras instituições as quais forem necessárias.

Segundo o gerente responsável pela desburocratização proposta pela prefeitura de Belo Horizonte a gerência busca unir os diversos seguimentos e realizar um papel que até então não existia na prefeitura.

A gerência faz um pouco desse papel. Isso aqui é urgente, é prioritário, é um financiamento que precisa ser atendido porque tem um prazo para ser cumprido, e a gente precisava do parecer. [...] A gerência de desburocratização é uma grande mediadora de ações. A gente perpassa por todas as secretarias no nível de secretariado, então a gente conversa com o secretário, com seus gerentes e com a linha operacional. Temos portas abertas em todas as secretarias da prefeitura. O que facilita muito esse trabalho. (ENTREVISTADO E2)

Trata-se de uma estrutura que promove a convergência intraorganizacional das ações, com o intuito de aumentar a produtividade dos serviços públicos, isto é, a redução do tempo de espera para a obtenção dos resultados esperados pelos que demandam o serviço (alvarás de licenciamento). A eficiência desse aparato institucional não é o foco desse trabalho, que busca no presente momento, evidenciar a existência dessas estruturas organizacionais.

Os eixos de promoção de investimentos e turismo, de certa forma, foram descritos previamente nesse trabalho, por ambos comporem a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE). É interessante de serem ressaltadas, nesse momento, as gerências criadas no âmbito da SMADE e da BeloTur que realizam o importante papel de articularem não apenas agentes do próprio governo, mas, também organizações presentes no setor privado e no terceiro setor.

Como acontece no caso da Gerência de Apoio e Fomento à Micro e Pequena Empresa (GEAMPI) que vincula em seus projetos não apenas instituições do governo municipal, mas também, organizações como a FEMICRO, CentroCAPE, SEBRAE e outros atore, além de instituições financeiras. Da mesma forma a Gerencia de Atração e Promoção de Investimentos (GAPI) firma parcerias com incubadoras de empresas, além de atuar entre as organizações do próprio governo municipal para garantir resultados de interesse para a instalação de novas empresas em Belo Horizonte.

Um ponto interessante a se destacar é que número de servidores vinculados a essas gerências pode ser considerado baixo, uma vez que foi constatado por meio das visitas de campo, apenas um indivíduo vinculado à prefeitura atuando em cada um desses campos. Trata-se de um número reduzido, haja vista a importância dada às áreas aqui citadas nos documentos estudados.

Na fala de um gerente de um dos projetos sustentadores, tem-se um parecer, quando questionado sobre essa questão.

Sou a gestora do projeto, eu trabalho sozinha, mas assim acaba que todo mundo fica envolvido, porque você precisa de uma prestação de contas, então você vai envolver o pessoal da gerência de prestação de contas, você vai envolver o pessoal do financeiro, você vai envolver o pessoal que está trabalhando na mensuração do BH Metas. Então assim, acaba que todo mundo tem um pouco dessa disponibilidade [ENTREVISTADO, E9].

Por meio dessa colocação é possível perceber que é própria dessa estrutura gerencial a articulação entre diversos atores. Nesse sentido, o indivíduo responsável deve buscar interagir com outras organizações de acordo com as necessidades dos projetos que empreendem. Entretanto, essa característica não obstrui a possibilidade de se questionar o valor dado ao empreendedorismo pela prefeitura na prática, uma vez que seus elementos são apresentados em destaque pelos documentos emitidos pelo governo municipal.

Pode-se dizer que o principal elemento de fomento ao empreendedorismo trazido pela estrutura analisada é sua capacidade de integrar recursos e esforços, públicos ou privados, em prol de uma meta a ser atendida. Certamente, essa característica não teria tanta expressividade sobre a abertura e desenvolvimento de empresas caso não trouxesse em seus eixos de atuação, projetos sustentadores voltados para a promoção e atração de investimentos, metas de desburocratização e melhoria do ambiente de negócios. Contudo, tendo ela esse propósito como foco de atuação, pode ser vista como um elemento importante para a implementação de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no município de Belo Horizonte.

5.4 A disposição das políticas de fomento ao empreendedorismo entre as organizações municipais de Belo Horizonte

Até o momento foi apresentado o que essa pesquisa evidenciou ser o *polo organizacional de fomento ao empreendedorismo* no município de Belo Horizonte. Essa visão foi construída com base na inter-relação entre as organizações, instituídas pela prefeitura como responsáveis por ações que implicam em uma maior atividade empreendedora na capital mineira.

É possível evidenciar, pela natureza das organizações descritas até esse momento, um caráter de integração dos atores internos e externos ao governo em prol da formulação e implementação das políticas de fomento ao empreendedorismo, as quais são de sua competência. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE), o Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico (CODECOM) e o BH Metas e Resultados se configuram como organizações chaves no interesse da prefeitura sobre a promoção da atividade empreendedora, por reunir em suas estruturas os atores públicos municipais, estaduais e outros, provenientes de organizações privadas e de economia mista cuja atuação seja de interesse da capital.

É interessante notar o papel central apresentado pela SMDE no contexto do empreendedorismo em Belo Horizonte, criada para formular e implementar as políticas públicas de desenvolvimento econômico. A instituição sedia e operacionaliza em sua estrutura as decisões tomadas pelo CODECOM, além de ser responsável por dois projetos sustentadores da área “Prosperidade” do BH Metas e Resultados. São eles o Turismo, delegado à BeloTur, e a Promoção de Investimento sob as competências da SMADE (Secretaria Municipal Adjunta de Desenvolvimento Econômico), sendo a

Secretaria Municipal Adjunta de Relações Internacionais (SMARI) uma organização importante nesse processo.

Essa constatação auxilia no entendimento sobre a pergunta central desse trabalho (Como um governo municipal brasileiro atua para fomentar o empreendedorismo?). Dando o primeiro passo para uma resposta, pode-se entender que no caso de Belo Horizonte – MG, existe um *polo organizacional*, um estrutura especializada, que integra diversas instituições, cujo foco é a promoção do desenvolvimento econômico do município, no qual o fomento ao empreendedorismo se mostra como uma “pedra – angular”, um elemento central para a concretização desse objetivo.

Essa conclusão parcial provém da análise do aparato institucional construído pela Prefeitura de Belo Horizonte. Tendo em vista que o governo municipal manuseia a estrutura de suas organizações em função de seus objetivos e visão administrativa, é possível deduzir que o arcabouço organizacional encontrado, contorna a noção de fomento ao empreendedorismo apresentada pela direção do município, a qual vincula o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico, de maneira a fomenta-lo por diversas vias de atuação, tais como a desburocratização, o turismo e a promoção de investimentos no município.

Ao realizar, por sua vez, uma pesquisa, com base nos determinantes do empreendedorismo apontados pela “Teoria Eclética” de Verheul *et al.*(2002), partir da análise das políticas públicas realizadas pela prefeitura de Belo Horizonte registradas nos Demonstrativos de Metas Físicas do município, é possível apontar outras organizações intramunicipais que fomentam o empreendedorismo em Belo Horizonte, as quais não fazem parte do “*polo organizacional*” até aqui descrito e que não possuem o “empreendedor” como foco de seus projetos.

Os Demonstrativos de Metas Físicas do governo de Belo Horizonte contêm o registro dos programas, as ações e sub-ações propostas e realizadas no município, e foi publicada inicialmente em período anual de 2010 a 2013, passando a ser quadrimestral a partir de 2014 até 2016, esses documentos podem ser acessados *online* no sítio virtual da prefeitura. Sob a luz do referencial teórico presente nesse trabalho, foi possível entender que outras políticas realizadas pela prefeitura de Belo Horizonte, também atuam sobre o nível de atividade empreendedora do município.

Além das ações voltadas para a desburocratização, turismo e promoção de o investimento no município, foram reconhecidas medidas de fomento ao empreendedorismo as políticas de transferência de renda, parcerias público-privadas, políticas de compras públicas, formação de mercados, políticas de inclusão social e outras atividades que de alguma forma afetam determinantes do empreendedorismo, seja pelo lado da oferta, ou do lado da demanda apresentadas na literatura (AUDRETSCH *et al.*, 2007; VERHEUL *et al.*, 2002).

Nesse sentido, percebe-se que não somente o nicho de organizações integradas, compostas pelos atores ligados à SMDE, ao CODECOM e ao eixo “Prosperidade” do Programa BH Metas e Resultados são promotores de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, mas também, outras secretarias municipais contribuem para o aumento da atividade empreendedora em Belo Horizonte.

Sob essa ótica, é possível incluir nesse grupo de organizações de fomento ao empreendedorismo as seguintes secretarias: Secretaria Municipal de Políticas Sociais; Secretaria Municipal Adjunta de Abastecimento; Secretaria Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional; Secretaria Municipal Adjunta de Tecnologia da Informação; Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional; Assessoria de Comunicação Social do Município; Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura; Secretaria Municipal de Saúde.

Tratam-se de organizações não vinculadas entre si, e não incluídas no contorno traçado pelos projetos da prefeitura de Belo Horizonte relacionados ao empreendedorismo, mas que possuem políticas que fomentam direta ou indiretamente esse fenômeno. Tal circunstância se justifica pela existência dos diversos determinantes do empreendedorismo, de maneira que seja necessária uma atuação multidimensional por parte dos governos que desejam incentivar a atividade empreendedora, fazendo uso de todas as suas possibilidades.

Essa é a visão incentivada pelo trabalho de Verheul *et al.* (2002) e de Audrestch *et al.*(2007), que trazem para um contexto de governo nacional, a possibilidade de uma atuação eclética sobre o empreendedorismo, fazendo uso dos diversos determinantes desse fenômeno, para elevar o nível da atividade empreendedora sobre os territórios. O modelo apresentado pelos autores sugere uma atuação conjunta e interligada, por parte das organizações que compõem os governos sobre o empreendedorismo.

No caso de Belo Horizonte, existe um contexto de integração das organizações e atividades mais próximas dos projetos voltados para o desenvolvimento econômico, que realizam políticas centradas ao empreendedorismo, contudo aparecem no cenário municipal, políticas públicas pulverizadas em diversas estruturas organizacionais do governo, que afetam alguns determinantes do empreendedorismo de maneira a apresentar uma configuração integral das ações e ao mesmo tempo dispersa. A figura 9 representa um esforço de modelar a dispersão das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no município de Belo Horizonte.

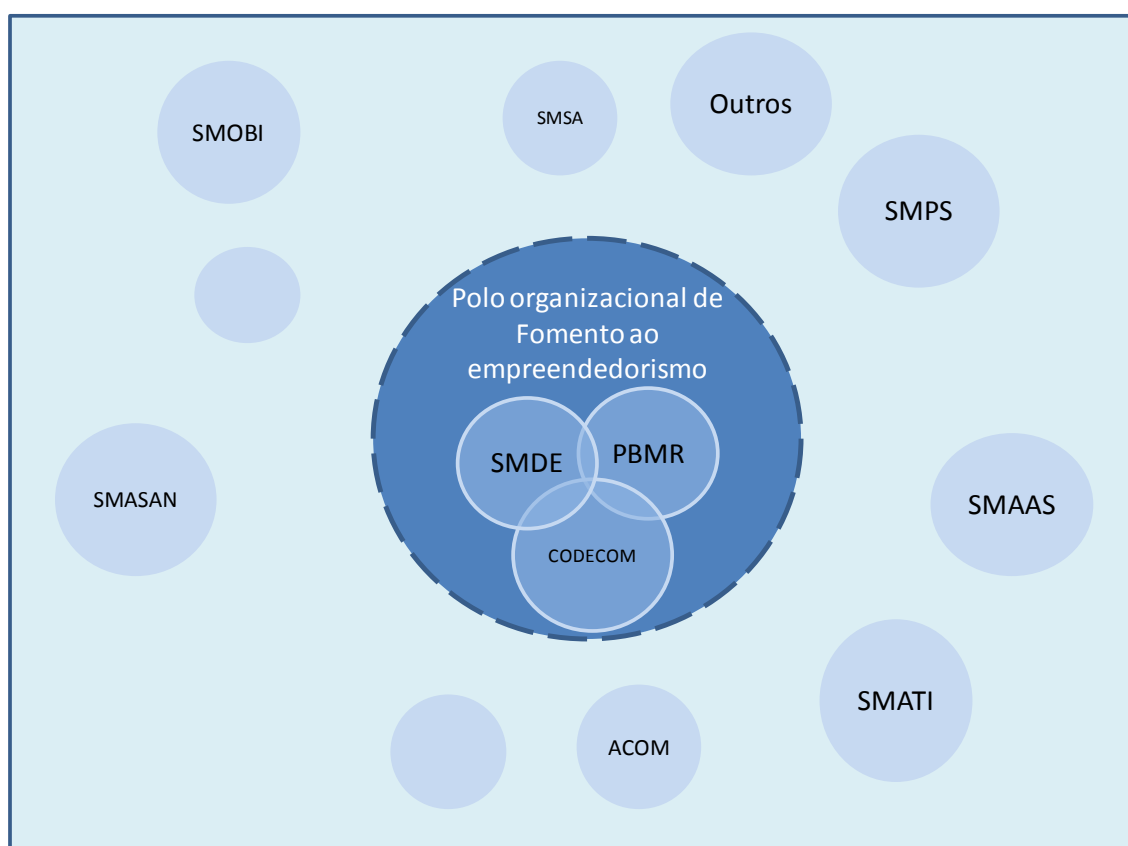


Figura 9. As esferas de fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte
Fonte: Elaboração Própria (2016)

O modelo apresentado na figura 9 busca representar a disposição das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo na prefeitura de Belo Horizonte. Em maior intensidade e expressão, se manifestam as ações promovidas pelo núcleo integrado da SMDE, CODECOM e do eixo “Prosperidade”, nesse estudo, denominado como *polo organizacional de fomento ao empreendedorismo*, da onde emanam as principais políticas declaradas pelo governo municipal como medidas de fomento incentivo à abertura e desenvolvimento de negócios.

Em segundo plano e em menos expressividade se encontram organizações não citadas pelo governo como atuantes sobre o empreendedorismo, mas que possuem políticas públicas que afetam determinantes do nível da atividade empreendedora. Essas estruturas não estão integradas ao eixo central de fomento à abertura e desenvolvimento de novos negócios, entretanto exercem um papel importante no que se refere à criação de oportunidades para se empreender em Belo Horizonte, bem como no incentivo aos indivíduos a se tornarem empreendedores.

Uma maneira de interpretar essa realidade, fundamentada a partir do campo de pesquisa, é que, tendo em vista os interesses da capital em se tornar uma referência em empreendedorismo no Brasil, não existe, por parte do governo, movimentos de uma abordagem integrada de fomento ao empreendedorismo que atue sobre seus vários determinantes de maneira simultâneas. A premissa de abordagem integrada é realizada dentro das propostas do governo sobre aquilo que ele entende ser incentivar o empreendedorismo, contudo, muitos determinantes a serem explorados sobre o mesmo modelo são negligenciados, seja por desconhecimento ou por escolha.

O entendimento sobre a forma como o empreendedorismo é fomentado pela prefeitura de Belo Horizonte, tendo como base o seu aparato organizacional, está centrado na ideia de que existe, por parte do governo municipal, o interesse aumentar a atividade empreendedora no município, a partir de intervenções públicas. Suas justificativas para o incentivo ao empreendedorismo estão ligadas ao anseio de garantir um aumento do emprego e da renda municipal, dessa forma, grande parte das políticas públicas se concentram próximas às medidas de Desenvolvimento Econômico da cidade.

Nesse sentido, o governo municipal mantém um aparato organizacional que age de maneira integrada sobre o empreendedorismo, entretanto, não contemplam todas as suas possibilidades de fomento, que de certa forma, são abrangidas por atividades de secretarias não vinculadas ao eixo central de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte.

6 CARACTERIZANDO A ATUAÇÃO DO GOVERNO MUNICIPAL

6.1 Atuação municipal sobre os determinantes do empreendedorismo

Conforme foi apresentado no referencial teórico desse trabalho, são muitos os determinantes do empreendedorismo, eles podem ser classificados como fatores de demanda (Desenvolvimento Econômico, Tecnologia, Mudanças no Consumo e outros) que oferecem oportunidades para a entrada de novos empreendedores no mercado, ou como fatores de oferta, relacionados à opção dos indivíduos de se tornarem empreendedores (Motivações, Recursos, Habilidades, Preferências, etc.). Além do mais, como pôde ser visto, os governos possuem a capacidade de agir sobre o nível de empreendedorismo da sociedade, por meio de políticas públicas que incidam sobre os determinantes apontados pela literatura (VERHEUL *et al.*, 2002).

Ao se analisar as principais políticas públicas de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo é possível caracterizar sua estratégia de atuação, de forma a se perceber os meios mais utilizados pelo município, os determinantes mais afetados, bem como as vias de ação menos expressivas em seu projeto de fomento ao empreendedorismo. A figura 10 apresenta o cenário encontrado na presente pesquisa.

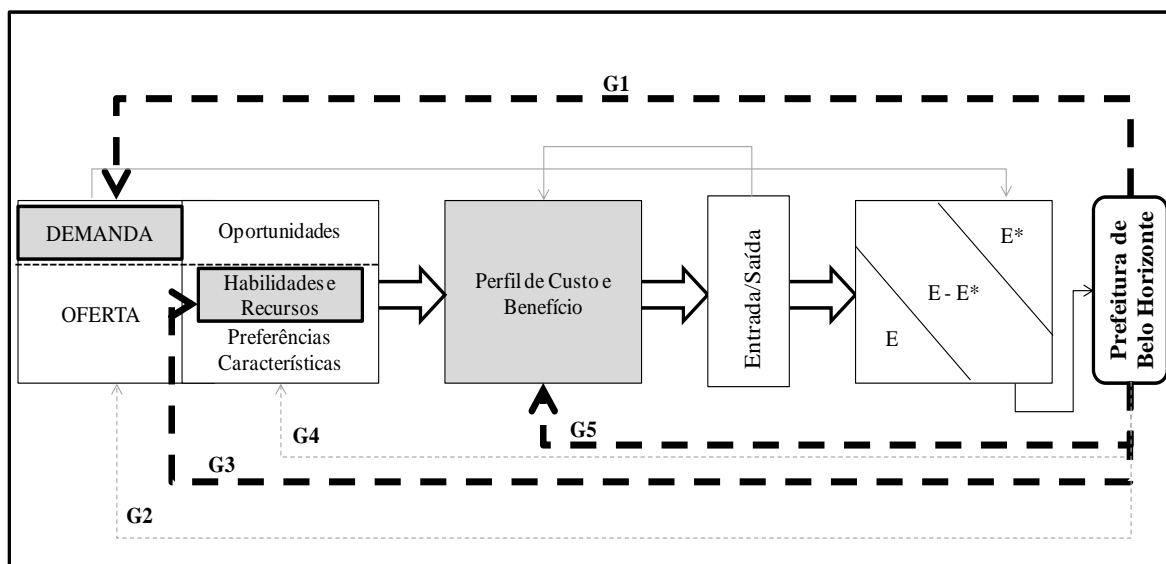


Figura 10. A Atuação de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo

Fonte: Elaboração própria a partir de Verheul *et al.*(2002)

Na figura 10, estão destacadas as principais vias de atuação da prefeitura de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo. As linhas em destaque G1, G3 e G5 representam principais vias de atuação utilizadas pelo governo municipal para promover esse fenômeno na economia, e as figuras destacadas em cor cinza ilustram os determinantes,

ou conjunto deles, mais afetados pelas políticas públicas. As vias de atuação “mais apagadas”, por sua vez, representam aquelas cuja estratégia de ação governamental menos contemplou, são eles os canais G2 e G4, que também se apresentam como oportunidades para novas maneiras de ação pública a favor do setor privado. A seguir estão descritas as ações políticas públicas identificadas e classificadas a partir do modelo estudado.

6.1.1 Ações sobre a Demanda: Criando oportunidades no município (G1)

A começar, a via G1 representa ações do governo sobre o lado da Demanda por empreendedorismo, isto é, sobre a criação de oportunidades para a entrada de novos empreendedores no mercado. Ações sobre a demanda por empreendedorismo influenciam o número e o tipo das oportunidades empreendedoras (VERHEUL *et al.*, 2002). No que se refere à prefeitura de Belo Horizonte, foram destacados três formas principais de atuação da prefeitura, que oferecem oportunidades para a entrada de novos empreendedores no mercado, são elas: as políticas de transferência de renda, as Parcerias Público-Privadas (PPP) intensificadas no período analisado, as compras públicas (principalmente as que priorizam os Micro e Pequenos Empreendedores – MPEs), e as ações municipais voltadas para o desenvolvimento turístico da capital.

No que se refere aos programas de transferência de renda, eles não são uma iniciativa da prefeitura de Belo Horizonte, são medidas formuladas no âmbito do governo federal, a implementadas no município. Foi encontrada entre as políticas públicas realizadas pela prefeitura, no ano de 2010 a 2016, a aplicação do Programa Bolsa Família.

O Programa Bolsa Família é uma política de renda gerenciada pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) do Governo Federal, foi criado pela Lei nº 10.836, de 9 de janeiro de 2004. Ele atua sobre as famílias que vivem em situação de pobreza ou pobreza extrema, cuja renda mensal seja inferior a R\$170,00 por pessoa. A bolsa concedida é de um benefício básico de R\$85,00, que pode ser somado a outras quantias com base na faixa etária e na quantidade de filhos, sendo assim, o benefício pode chegar ao valor máximo de R\$336,00.

O município exerce o papel de operacionalização do programa, garantindo as estruturas básicas para seu funcionamento, realizando o cadastro e fiscalização sobre os beneficiários, em Belo Horizonte, a Secretaria Municipal de Políticas Sociais (SMPS) é

responsável pela coordenação e apoio ao programa de transferência de renda. Sobre essa forma de atuação do governo sobre o empreendedorismo, Verheul *et al.*(2002) afirma que as políticas de renda induzem a demanda por novos produtos nos mercado devido ao aumento da capacidade de compra dos consumidores.

As parcerias público-privadas, por sua vez, exercem uma atuação mais direta sobre as empresas já instaladas. Foi realizado, até 2012, o investimento de aproximadamente R\$375 milhões executados nessa forma de promoção do bem público, e para o segundo mandato estava previsto certa de 800 milhões de reais para novas parcerias (PROGRAMA..., 2012). Foram realizadas duas PPP de maior expressividade no município, cujas somas dos editais chegam ao valor de R\$1.499.204.970,00, sob a modalidade de “contrato administrativo de concessão”, que consiste num “contrato de prestação de serviços de que a Administração Pública seja a usuária direta ou indireta, ainda que envolva execução de obra ou fornecimento e instalação de bens” (BRASIL, 2004).

Trata-se de projetos para a realização de obras e serviços de engenharia e prestação de serviços de apoio a Unidades de Ensino da Rede Municipal de Educação Básica e do Hospital Metropolitano de Belo Horizonte. Essas grandes quantias em verbas públicas serão absorvidas pelo setor privado pelos próximos vinte anos, como consta no contrato, oferecendo assim oportunidade para o desenvolvimento de negócios já estabelecidos no mercado. Essa constatação permite apenas inferir que existe uma aplicação de recursos sobre parcerias que tendem a fomentar o desenvolvimento dos empreendimentos, entretanto, não é possível afirmar que se trata de um benefício a ser colhido pelo município, pois não há garantias da permanência desse montante na capital.

Outra medida direta de criação de oportunidades para o empreendedorismo são compras governamentais de seguimentos específicos do empreendedorismo. No Brasil essa modalidade de fomento é incentivada desde a Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Em Belo Horizonte, as medidas contidas em lei foram trazidas para o município a partir da lei municipal, Nº 10.640, de 17 de Julho de 2013 que implantou medidas para maior participação de empresas de micro e pequeno porte e microempreendedores individuais em processos de licitação do governo municipal.

Em seu décimo terceiro artigo é determinado que:

Art. 13 - Os órgãos e entidades contratantes poderão realizar processo licitatório destinado exclusivamente à participação de microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedores individuais nas contratações cujo valor seja de até R\$80.000,00 (oitenta mil reais), ou novo limite estabelecido em lei posterior, desde que tal condição esteja expressamente prevista no instrumento convocatório (BELO HORIZONTE, 2013).

Dessa forma uma parcela dos gastos públicos empenhados em licitações pode ser aplicada para uma concorrência entre empresas de menores portes, de forma a oferecerem a elas uma oportunidade de participação na oferta de bens e serviços para o setor público. Essa medida age sobre a criação de demanda para o empreendedorismo, trata-se de uma forma de fomento ao desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas no mercado local.

Um terceiro ponto a ser ressaltado é a atuação do governo municipal a favor do crescimento do fluxo turístico no município. O projeto sustentador “Turismo em BH” possui como objetivo geral promover o desenvolvimento do “Turismo de lazer, cultura e negócios em Belo Horizonte, visando consolidar a cidade como destino turístico no interior, nos estados vizinhos, no país e internacionalmente por meio de melhorias dos instrumentos e mecanismos de atração turística” (BELO HORIZONTE, 2016). A atuação sobre o turismo por meio de um projeto sustentador é de responsabilidade da Empresa Municipal de Turismo do Município de Belo Horizonte (BeloTur) que é monitorado e avaliado pelo programa BH Metas e Resultados.

A busca pela promoção do turismo em Belo Horizonte é vista pelo governo municipal como um elemento de fomento ao empreendedorismo, devido a sua ação sobre o dinamismo do mercado, a partir de seu potencial de atração de novos consumidores para o território. Nesse sentido a BeloTur trabalha sob várias vertentes, que perpassam a criação e manutenção de atrações turísticas no município, a partir da promoção de eventos, tais como o CarnaBelô, Virada Cultural e Arraial Belô, que movimentam altas quantias na capital. Sobre esse aspecto o entrevistado E10 afirma o seguinte:

Há muito dinheiro envolvido na produção de uma peça teatral, por exemplo, um CarnaBelô uma Virada Cultural, um Arraial Belô, não sei se você já ouviu falar dessas manifestações culturais que acontecem aqui, que são fantásticas, movimentam um dinheiro muito bom, por todo o comércio, por toda a economia, pelos hotéis, pelos restaurantes. Quero dizer, tudo isso que o povo se diverte, é lazer, é fonte de renda (ENTREVISTADO E10).

A empresa de turismo (BeloTur) entende que uma das vocações da cidade é o Turismo de Negócios e Eventos, que por sua vez “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, 2006). São eventos comerciais, aqueles associados à transação e venda de produtos e serviços, promocionais, quando existentes para a divulgação de institucional, os técnicos científicos visam à promoção de troca de conhecimento e sociais, quando se tratam de eventos voltados para a discussão de assuntos próprios da sociedade, comunidade ou agremiação, tendo em vista o bem comum.

Ao caracterizar o Turismo de Negócios e Eventos, o Ministério do Turismo (MTur) aponta para os benefícios de sua promoção, além dos retornos positivos em arrecadação e comércio local, devido ao perfil econômico de maior poder aquisitivo dos usuários, o MTur aponta para as seguintes características positivas, que foram destacadas nesse trabalho devido a seu papel no fomento ao empreendedorismo, são elas:

(i) Contribuição para o crescimento dos negócios locais por conta do intercâmbio comercial e empresarial, no qual se estabelecem contatos diretos entre fabricantes e consumidores; (ii) Desenvolvimento científico e tecnológico devido à participação de profissionais especializados e equipamentos de última geração; (iii)• Disseminação de novas técnicas e conhecimentos definidos nos encontros nos destinos-sedes e que ficam como legados às comunidades locais. (BRASIL, 2010)

Tendo em vista os aspectos apontados, o turismo de negócio se configura como um elemento que cria oportunidades para novos empreendimentos em Belo Horizonte, se destacando entre as diferentes formas de turismo, por estar relacionado à promoção de redes de negócios, troca de informações, transferências de conhecimento e outras características benéficas à promoção da atividade empreendedora.

Segundo um representante da organização entrevistado no decorrer da pesquisa, a relação das atividades turísticas com o empreendedorismo é indireta, mas exerce um importante papel dentro das expectativas da prefeitura a respeito desse fenômeno, assim ele diz:

“A BeloTur atua criando condições e fortalecendo esses novos empreendimentos, esses empreendedores, auxiliando e fortalecendo, ao longo do desenvolvimento do negócio”(ENTREVISTADO E5).

As Políticas Públicas sobre o turismo realizadas pela BeloTur representam uma ação sobre a Demanda por empreendedorismo, por oferecer oportunidades de para ampliação de mercados na economia belo-horizontina, que permite a criação de novas empresas e consolidação de firmas já existentes, envolvidas na cadeia produtiva da capital mineira.

6.1.2 Ações sobre a oferta de empreendedorismo: Habilidades e Recursos (G3)

Seguindo o modelo de fomento ao empreendedorismo construído por Verheul *et al.*, (2002), o lado da oferta de empreendedores remete ao conjunto de variáveis as quais atuam sobre a decisão dos indivíduos de se tornarem empreendedores. Nesse sentido, as habilidades dos indivíduos, que dizem respeito ao empreendedorismo, e os recursos disponíveis para seu desenvolvimento (financeiros e não financeiros), podem ser aumentados de acordo com a atuação do governo sobre esses determinantes, eles são identificados como o canal G3 do modelo.

No que se refere aos recursos financeiros, a capital mineira é reconhecida pela sua expressividade no que se refere à facilidade de obtenção de crédito (ENDEAVOR, 2014), nesse sentido, as ações do município sobre a obtenção de recursos financeiros podem ser caracterizadas como uma “ponte” para o acesso do empreendedor ao sistema de crédito ofertado por políticas formuladas e implementadas pela União e pelo Estado, tais como as ofertas de crédito promovidas pelo Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, ou por programas da Caixa Econômica Federal.

No que se refere às medidas adotadas pelo governo de Belo Horizonte, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) desenvolveu o “Programa de Microcrédito” que oferece crédito a uma taxa de juros de 0,64% ao mês à micro e pequenas empresas formais ou informais de baixa renda. Essa operação, por sua vez, é a aplicação do Programa Crescer – Programa Nacional de Microcrédito do Governo Federal, no âmbito do município. Outro programa, de iniciativa municipal, é o FUNDEBH (Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico de Belo Horizonte) criado com o objetivo de garantir suporte financeiro às empresas beneficiadas pelo Programa de Incentivos à Instalação e Ampliação de Empresas (PROEMP).

Em termos de políticas públicas que incentivam a oferta de empreendedorismo a partir de recursos não financeiros, foram evidenciadas ações sobre a construção de estruturas para a incubadora de empresas BHTec, que, em parceria com o governo estadual e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), atua no fomento de firmas de elevado crescimento. Além disso, tendo em vista a atuação sobre a oferta de recursos não financeiros para o empreendedorismo, foram encontradas ações periódicas sobre a elaboração de projetos de comercialização de diversos produtos, sob a responsabilidade da Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional, são realizadas várias feiras, aonde são ofertadas, pela prefeitura, estruturas para a formação de mercados em diversas áreas de Belo Horizonte.

Uma política a ser destacada, quando se trata da atuação do governo de Belo Horizonte sobre os determinantes denominados por G3, é o programa de assistência ao Microempreendedor Individual BH Negócio.

Programa BH Negócios é fruto da parceria entre a Prefeitura de Belo Horizonte, a FEMICRO (Federação das Associações das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas) e o CentroCAPE, possui o objetivo de “divulgar e apoiar o empreendedorismo por meio da capacitação e do incentivo à formalização de empreendedores individuais (MEI), micros e pequenos empresários, principalmente em áreas de maior vulnerabilidade social e econômica”(BELO HORIZONTE, 2016).

Por meio de uma ação direta em territórios de baixo desenvolvimento econômico, o programa identifica empreendedores informais e os oferece capacitação e aconselhamento segundo as demandas de seus empreendimentos. São apresentadas a eles, noções básicas de gestão, marketing e outras temáticas adequadas à manutenção de seus negócios, além disso, os empreendedores são informados sobre as possibilidades de exploração de mercado, créditos a baixo custo bem como outras informações úteis para a prática do empreendedorismo.

Os resultados do programa demonstram que, do período de Setembro de 2014 até Julho de 2016, foram capacitadas 2.667 pessoas e foram gerados 522 novos CNPJ's no município. Se configurando, portanto, como um elemento chave para o fomento do empreendedorismo em Belo Horizonte, nesse caso, microempreendedores individuais, empreendedorismo de sobrevivência segundo as categorias apresentadas por Morris *et al.*(2015).

6.1.3 Ações sobre os retornos de se tornar um empreendedor (G5)

Por fim, é necessário destacar ações da prefeitura municipal de Belo Horizonte que se concentram sobre as medidas de manutenção do custo e benefício do empreendedorismo. No modelo de Verheul *et al.*(2002) esse conjunto abrange um grupo de determinantes ligado à matriz de *pay off* dos indivíduos no mercado, ou seja, aos cálculos pessoais sobre investimento e retorno em atividades empreendedoras. Vale ressaltar que não apenas a noção financeira é representada nessa área, mas também outras dimensões, como o tempo gasto no processo de abertura, manutenção e desenvolvimento dos empreendimentos.

Os determinantes do empreendedorismo afetados pelo canal de atuação representado por G5 estão relacionados ao processo de decisão dos indivíduos em empreender, dadas as suas oportunidades de entrada no mercado, as habilidades, os recursos disponíveis, e suas preferências, ainda há a possibilidade dos governos atuarem sobre os perfis de tomada de risco.

Sobre esses elementos, a prefeitura possui dois projetos sustentadores, ou seja, ações prioritárias, que atuam de forma a incentivar a tomada de decisão pelo empreendedorismo. São eles o Programa de Desburocratização e a Promoção e atração de Investimentos.

Sobre o primeiro, a Prefeitura de Belo Horizonte, por meio do “BH Metas e Resultados”, metrifica e monitora ações que visam a desburocratização dos processos de abertura e fechamento de empresas no município. Trata-se de um projeto sustentador, presente na área de resultados “Prosperidade” no Plano Estratégico de Longo Prazo BH 2030. Inicialmente, quando foi traçado, esse projeto estava submetido à Secretaria Municipal de Governo (SMGO) e Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e da Informação (SMPL). A partir de 2011, com a criação da Secretaria Adjunta de Modernização (SMAM), foi submetido sobre sua responsabilidade.

Atualmente, na SMAM, está localizada a Gerência de Coordenação do Plano de Desburocratização (GCPD) que, como o próprio nome já diz, objetiva coordenar as ações voltadas para a desburocratização dos processos administrativos da prefeitura, relacionados ao atendimento ao cidadão, bem como à abertura e desenvolvimento dos negócios no município. Mais precisamente, no que se refere ao empreendedorismo, a GCPD articula e monitora o projeto que tem como público alvo empresas de atividades

econômicas em funcionamento em Belo Horizonte e empreendedores com interesse em abrir negócios na cidade.

No intuito de abrir um empreendimento em Belo Horizonte, o empreendedor precisa inicialmente realizar uma consulta sobre a viabilidade do negócio que está propondo, no site da Junta Comercial de Minas Gerais (JUCEMG), a fim de verificar se a atividade é permitida no local aonde pretende se instalar, feito isso e estando a proposta admitida, o segundo passo é o trâmite legal de abertura da empresa junto à União, Estado e Município, através do Cadastro Sincronizado Nacional (CadSinc) no portal da Receita Federal, sendo a empresa aberta, para sua operacionalização é necessário o licenciamento da Prefeitura para obter o alvará de Localização e Funcionamento.

A desburocratização visa implementar maior rapidez nos processos de licenciamento que cabem a prefeitura. Segundo o representante da instituição responsável por esse processo, a gerência:

[...] Faz a desburocratização, interno e externo. Interno porque nós temos hoje uma legislação complexa. Tanto a legislação federal como a estadual e os decretos [...]. Então, desburocratizar algum projeto significa você conseguir tempos mais rápidos de respostas dentro da própria prefeitura. (ENTREVISTADO E2).

O contato com o campo de pesquisa, as entrevistas e os documentos estudados apontam que a desburocratização é realizada em Belo Horizonte por duas vias, a primeira é pela criação de estruturas organizacionais que integrem os diversos órgãos relacionados no processo de abertura de empresas, por exemplo, a Secretaria Municipal Adjunta de Planejamento Urbano com a licença urbanística e a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, com a Licença Ambiental, além de outros pareceres como patrimônio cultural, perímetro urbano e arborização, que envolvem diversas organizações. Uma ação importante nesse sentido é a Porta Integrada, que unifica os trâmites burocráticos em uma só gerência, de forma a facilitar o processo de emissão de pareceres técnicos da prefeitura.

O segundo ponto, é a modernização dos serviços prestados pela prefeitura por meio da aplicação de Tecnologias de Informação no setor público. Nesse sentido foram realizadas várias ações, tais como o Sistema de Administração Tributária e Urbana (SIATU) o "Portal do Responsável Técnico (RT)" da integração do mesmo com o banco

de dados de lotes e endereço. Com isso, foi possível passarem a fazer o cadastro dos projetos pela Internet.

Esse processo de desburocratização influencia na matriz de custo e benefícios dos indivíduos empreendedores à medida que interfere no uso dos seus recursos, que segundo Storey (2008) devem ser tratadas de tal forma, que os empreendedores possam aplicá-los no desenvolvimento de seus próprios negócios. Esse processo não se limita aos passos dados para abertura das empresas, mas também aos trâmites de desenvolvimento e fechamento das mesmas, todos esses elementos determinam o nível da atividade empreendedora no município, e as iniciativas de desburocratização tendem a exercer um reflexo positivo sobre esse fenômeno.

Outra ação realizada pela prefeitura, cuja classificação se enquadra ao canal G5 é a Promoção e Atração de Investimentos, o projeto sustentador visa:

Estimular o desenvolvimento econômico de BH e apoiar os empreendimentos da RMBH, oferecendo um ambiente favorável ao negócio de **alto valor agregado e nas indústrias do conhecimento**, atuando de forma estruturada e articulada com os diversos agentes econômicos nacionais e internacionais para consolidar a cidade de Belo Horizonte como um centro de excelência em empreendedorismo (BELO HORIZONTE, 2016).

Nesse sentido, são aplicadas medidas capazes de atuar sobre os retornos financeiros da decisão pelo empreendedorismo. No ano de 1999 foi decretado pelo governo municipal, pela lei nº 7.638 de 19 de janeiro daquele ano, o Programa de Incentivo à Instalação e Ampliação de Empresa – PROEMP, que visa a promoção de incentivos para a atração e ampliação de investimentos privados na economia local, por meio da criação ou expansão de empresas de valor agregado. Nesse intuito, por um período de cinco anos, válida a concessão de três incentivos básicos para o empreendedorismo em Belo Horizonte:

I - redução de até 60% (sessenta por cento) do valor do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN - mensal devido pela unidade empresarial incentivada, conforme o caso, decorrente da implantação de novo serviço ou relativo ao incremento resultante da expansão dos serviços prestados, nas situações previstas respectivamente nos incisos I e II do caput do art. 2º deste Decreto durante até 5 (cinco) anos, sendo que o valor a recolher não poderá ser inferior ao valor resultante do cálculo do imposto devido sob a alíquota mínima de 2% (dois por cento); **II** - deferimento de 100% (cem por cento) do valor do ISSQN mensal devido pela unidade empresarial incentivada, conforme o caso decorrente da implantação de novo serviço ou relativo ao incremento resultante da expansão dos serviços prestados, nas situações previstas respectivamente nos incisos I e II do artigo 2º deste Decreto, por 36 (trinta e seis) meses; **III** - redução do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU nos termos da Lei nº 9.795, de 28 de dezembro de 2009 (BELO HORIZONTE, 2011, grifo nosso).

As ações propostas pelo PROEMP giram em torno de renúncias fiscais assumidas pelo governo, a fim de incentivar a instalação de novos empreendimentos na capital mineira. Sobre essa temática, vale ressaltar que o governo municipal possui pouca margem de ação sobre o incentivo com base nos tributos, sendo inicialmente uma ação não muito benéfica para as contas públicas, as competências tributárias municipais em termos de arrecadação própria se concentram basicamente sobre o IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano, ITBI - Imposto de Transmissão de Bens Imóveis Inter-Vivos, ISSQN - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza, importantes fontes de receitas para a máquina pública.

A partir dos incentivos fiscais, o governo municipal procura, de acordo com o modelo de Verheul *et al.*(2002), ajustar os benefícios financeiros para se incentivar a decisão pelo empreendedorismo na sociedade. A preferência por empreendimentos de base tecnológica, mais próximos do modelo de *High Growth Firms* apontado por Morris *et al.* (2015), se apresenta clara nessas ações da prefeitura de Belo Horizonte, indicando um desejo eclético de fomento ao empreendedorismo, por buscar fomentar o desenvolvimento de firmas de todos os tipos de portfólios.

Nesse sentido, o Entrevistado E4 aponta que não são todos os tipos de firmas que Belo Horizonte deseja atrair, e não são todas as formas de incentivos permitidos legalmente que o município tem o interesse de adotar. Nesse sentido ele afirma:

“Nós podemos ter algumas indústrias de porte médio, no máximo de porte médio, Belo Horizonte não quer indústrias poluidoras, poluentes”
(ENTREVISTADO E4).

Dessa forma o entrevistado reflete a situação demográfica de Belo Horizonte, que se apresenta saturada, gerando a preferência da prefeitura, por incentivar negócios abaixo de porte médios, focados em serviços e com base em produtos inovadores. Além do mais é manifestada a aversão da indústria poluente, descartando a possibilidade de auferir rendas, a custo da sustentabilidade.

6.1.4 Os determinantes pouco explorados pela prefeitura de Belo Horizonte (G2 e G4)

Até o momento foram descritas e classificadas as políticas públicas realizadas pela prefeitura de Belo Horizonte – MG a partir dos dados levantados nessa pesquisa. Os canais de atuação evidenciados foram aqueles que afetam a demanda por empreendedorismo, por oferecerem oportunidades para a entrada ou consolidação de novos empreendimentos no mercado, determinantes da oferta, no que se refere à promoção de habilidades e recursos para os empreendedores, e através de ações sobre os custos e benefícios da escolha pelo empreendedorismo. Sendo assim, foram encontradas ações sobre os canais G1, G3 e G5 do modelo de Verheul *et al.*(2002). No que se refere aos G2 e G4, por sua vez, não foram evidenciadas ações expressivas do governo local durante o processo de coleta de dados.

Sobre as políticas voltadas para ao crescimento e composição demográfica (G2), não foram encontradas ações que pudessem ser classificadas nessa forma de incentivo. Políticas Públicas que atuam sobre o canal G2, que estão relacionadas a políticas migratórias, políticas de natalidade e outras medidas nesse sentido, são pouco corriqueiras no ambiente municipal.

Uma constatação interessante nessa pesquisa foi a ausência de políticas públicas voltadas para a promoção de valores e atitudes empreendedoras entre os indivíduos. Essa forma de política pública tende a influenciar as preferências dos potenciais empreendedores, de modo a tornar os indivíduos, mais inclinados a iniciar o próprio negócio frente outras opções de ocupação. Verheul *et al.*,(2002) apontam que se trata da variável menos sensível às alterações entre os determinantes do empreendedorismo, por isso necessita de uma abordagem intensa e contínua ao longo do tempo.

Autores apontam para uma variação positiva entre a um ambiente dotado de valores pró-empendedorismo e o nível de “auto empregabilidade” (*self-employment*) de uma sociedade (WILKEN, 1979; WILDEMAN *et al.*, 1999), bem como, a relação positiva entre uma cultura que legitima o empreendedorismo e o número de empreendedores que dela participam (CASSON, 2003).

Nesse sentido Lundström e Stevenson (2006) para uma atuação sobre a cultura a partir da promoção dos valores empreendedores no sistema educacional, bem como sobre a criação de modelos empreendedores a serem seguidos apresentados pela mídia.

A partir da análise das políticas públicas realizadas pela prefeitura de Belo Horizonte, não houve evidências de esforços governamentais nesse sentido. Entretanto, a partir das entrevistas realizadas no campo de pesquisa, constatou-se a tentativa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em implementar esse valores nas escolas municipais a partir da capacitação dos professores. Uma abertura a esse tipo de fomento ao empreendedorismo foi constatada em seus primeiros passos.

Em BH já tem uns 10 a 12 anos que a gente está tentando e hoje a gente conseguiu esse primeiro passo. Mas isso partiu de quem, de um gestor da Secretaria Municipal de Educação, ele é quis fazer em BH. [...]Tudo é possível desde que tenha a vontade das pessoas que estão na gestão de qualquer processo (ENTREVISTADO E3).

Sobre a fala aqui exposta, ela foi pronunciada pelo responsável do projeto de educação empreendedora do SEBRAE em Belo Horizonte, e dela podem ser extraídas duas informações interessantes.

Em primeiro lugar, é possível entender que o SEBRAE pode exercer um papel relevante para a educação empreendedora no município, existe um esforço dessa instituição para incluir o fomento ao empreendedorismo na agenda de políticas públicas municipal. A presença dessa instituição como “catalizadora” da formulação e implementação das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em Belo Horizonte foi evidenciada também em outras circunstâncias analisadas nessa pesquisa, por exemplo, durante a implantação da Lei Geral de Micro e Pequenas Empresas na capital mineira, bem como, na operacionalização do Programa BH Negócios.

Em segundo lugar, foi possível perceber o oportunismo dessa instituição em atender às “janelas de oportunidade” dadas pelos servidores do governo municipal, no que se refere à implantação de ações para o empreendedorismo. Questionado sobre a principal barreira para a implantação de uma educação empreendedora no município, foi obtida a seguinte resposta:

Em tudo o entrave é o ser humano, qualquer coisa, para você avançar, para você gerar desenvolvimento, se a pessoa não quer, não tem, se liderança não se move, não acha importante, não tem aquela cultura, entendimento do transbordo que isso vai ter, você não adianta impor, não adianta você exigir, porque não vai ser feito, a pessoa não acredita. Então, será que não tem que fazer uma formação empreendedora interna primeiro? Trabalhar o empreendedorismo nos gestores públicos? (ENTREVISTADO E3)

O trecho exposto carrega a premissa de que a instituição (SEBRAE) está disposta a fomentar o empreendedorismo por meio da educação em Belo Horizonte, entretanto, é necessário que as pessoas que integram o setor público tenham o interesse e se disponham a atuar sobre essa agenda.

A educação empreendedora proposta pelo SEBRAE consiste na introdução dos valores do empreendedorismo no ambiente escolar, por meio da capacitação dos professores municipais. Nesse sentido, a instituição busca aplicar na sala de aula um discurso a favor do empreendedorismo, bem como, instruir a realização periódica de workshops com a formação de mercados na escola, formada pelos próprios estudantes.

Segundo os entrevistados do SEBRAE, a instituição possui uma boa abertura na prefeitura, são ouvidos e são parceiros em várias atividades. O projeto de educação empreendedora não conseguiu espaço dentro do ensino fundamental de Belo Horizonte, entretanto, no final de 2016, iniciaram suas primeiras capacitações para os professores do EJA (Educação de Jovens e Adultos).

Tendo em vista essa realidade, percebe-se que o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) se configura como um importante ator de fomento ao empreendedorismo no município, no caso de Belo Horizonte, os colaboradores entrevistados demonstraram a intenção de permear vários setores do governo municipal para a realização de projetos de fomento ao empreendedorismo.

A realização de parcerias para a realização de políticas públicas nesse sentido se mostrou um caminho interessante de ser percorrido pelo município, que deseja influenciar o nível da atividade empreendedora. A consciência entre os servidores sobre a importância do empreendedorismo, por sua vez, é uma questão interessante de ser levantada.

Tendo em vistas as diversas possibilidades de fomento o empreendedorismo pelo governo municipal, não se torna necessário a conscientização intragovernamental, para que o comportamento empreendedor emane dos próprios servidores, a ponto dos mesmos estarem aptos a realizarem políticas de fomento à atividade empreendedora no mercado? Trata-se de uma questão interessante de ser respondida por outras pesquisas.

No que se refere a Belo Horizonte, entende-se que a maioria dos canais de fomento ao empreendedorismo apontados pelo modelo de Verheul *et al.*(2002) são utilizados pelo município, entretanto, a ausência de ações sobre o desenvolvimento de

uma cultura empreendedora, tendo em vista os esforços do SEBRAE para a introdução dessa proposta na agenda política do governo a longa data, sugerem a existência de uma visão limitada sobre as possibilidades da promoção da atividade empreendedora na economia local.

As ações do governo municipal sobre o empreendedorismo colocadas à luz do modelo de Verheul *et al.*,(2002), permitem inferir que é possível ao município de Belo Horizonte ampliar a sua perspectiva sobre o fomento a esse fenômeno, a partir do entendimento sobre as diversos determinantes a serem trabalhados, e do caráter eclético do empreendedorismo, que melhor é influenciado a partir de uma estrutura integrada de ações simultâneas, que vão além da atuação realizada hoje pelo governo municipal.

Essas medidas passam pela consciência e pelo desejo da cúpula do governo em aderir a uma proposta de maior abrangência, bem como dos outros servidores que compõem o corpo burocrático da administração pública. É necessário também firmar contar com as políticas advindas de outras unidades federativas, bem como aproximar de instituições de interesse nessa área.

6.2 Análise e discussão dos dados sobre o caso de Belo Horizonte e suas políticas de Empreendedorismo e de PME.

Para analisar a atuação de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo, este estudo também leva em conta o modelo formulado por Lundström e Stevenson (2006), que distinguem Políticas Públicas de Empreendedorismo (*Entrepreneurship Policy*) e as Políticas Públicas de Pequenas e Médias Empresas (*SME Policy*), as elencando em uma perspectiva contínua de atuação, com o intuito de ampliar a oferta e o desenvolvimento do empreendedorismo na sociedade.

Segundo a perspectiva dos autores, Políticas Públicas de Empreendedorismo são aquelas cujo objetivo geral é criar um ‘clima e uma cultura’ favorável ao empreendedorismo, de maneira a encorajar mais pessoas a iniciarem seus próprios negócios e a propiciar a elas os recursos e as habilidades para desenvolverem suas ideias. Essas medidas têm os indivíduos como principal foco de atuação e, no processo empreendedor, tendem a atuar sobre as fases de conscientização, fase nascente e fase de *start-up* (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Tendo, portanto, em vista as políticas públicas de fomento ao empreendedorismo evidenciadas na prefeitura de Belo Horizonte, pode-se dizer que o governo municipal analisado realiza *Entrepreneurship Policies*?

Com base nas políticas públicas previamente descritas nesse trabalho, é possível afirmar que sim, o governo municipal de Belo Horizonte realiza políticas públicas de empreendedorismo. Contudo, existem *gaps* a serem supridos para o funcionamento completo do modelo.

Como foram apresentados na última seção, os determinantes de “preferências e características” apontados pelo modelo de Verheul *et al.*(2002), recebem pouca atenção do poder público municipal. Da mesma forma, no modelo aqui apresentado, a fase de conscientização populacional, voltada à consolidação dos valores do empreendedorismo na cultura da sociedade, por meio de trabalhos realizados pela mídia ou na educação, é pouco explorada pelo governo de Belo Horizonte, de maneira a comprometer o “recrutamento” de um maior número de indivíduos motivados a se tornarem empreendedores.

As fases nascentes e de *start ups* são contempladas com as políticas de promoção de recursos financeiros e não-financeiros, bem como pelo desenvolvimento de habilidades para o empreendedorismo. Nesse contexto, o sistema educacional do município não tem participação no fomento ao empreendedorismo, que por sua vez, é incentivado, em sua fase nascente, pelas ações da Incubadora de Empresas BHTec que inicia suas atividades no desenvolvimento de ideias empreendedoras, mas realiza suas principais ações nas fases de *stat ups*. Nesta última fase, estão concentradas também as atividades empreendidas pelo Programa BH Negócios, com suas capacitações e fornecimento de microcrédito junto aos Microempreendedores Individuais (MEIs).

Na fase de *stat-ups*, também se encontram as políticas de desburocratização para empresas. Essas medidas, que conferem maior rapidez aos processos burocráticos, podem ser consideradas simultaneamente políticas de empreendedorismo ou de PME. Isso porque não incidem somente sobre a abertura de novas empresas, mas também afetam positivamente o processo de expansão e desenvolvimento de empresas já estabelecidas. Nessa fase, também se encontram as medidas de atração de investimento por meio de concessões tributárias, como é o caso do Programa de Incentivo à Instalação e Ampliação de Empresa (PROEMP) de Belo Horizonte.

Nesse sentido, é possível também encontrar as Políticas Públicas para PMEs, que, como o próprio nome indica, busca criar um clima favorável aos negócios, através de ações sobre a competição, criação de mercados, bem como auxílios sobre modernização e expansão das atividades comerciais (LUNDSTRÖM; STEVENSON, 2006).

Sendo assim, além das medidas citadas, presentes na fase de *start ups*, é possível evidenciar as ações contínuas do BH Negócios com as empresas assessoradas pela prefeitura. Além disso, podem ser destacadas as ações voltadas para a geração de oportunidades para o desenvolvimento das empresas, tais como parcerias público-privadas, compras públicas, bem como as políticas de internacionalização realizadas pela prefeitura, todas elas agindo sobre as fases pós-*start up* e de expansão das firmas.

A atuação do município de Belo Horizonte sobre o empreendedorismo, de acordo com o modelo de Lundström e Setevenson (2006), pode ser representada de acordo com a figura 11.

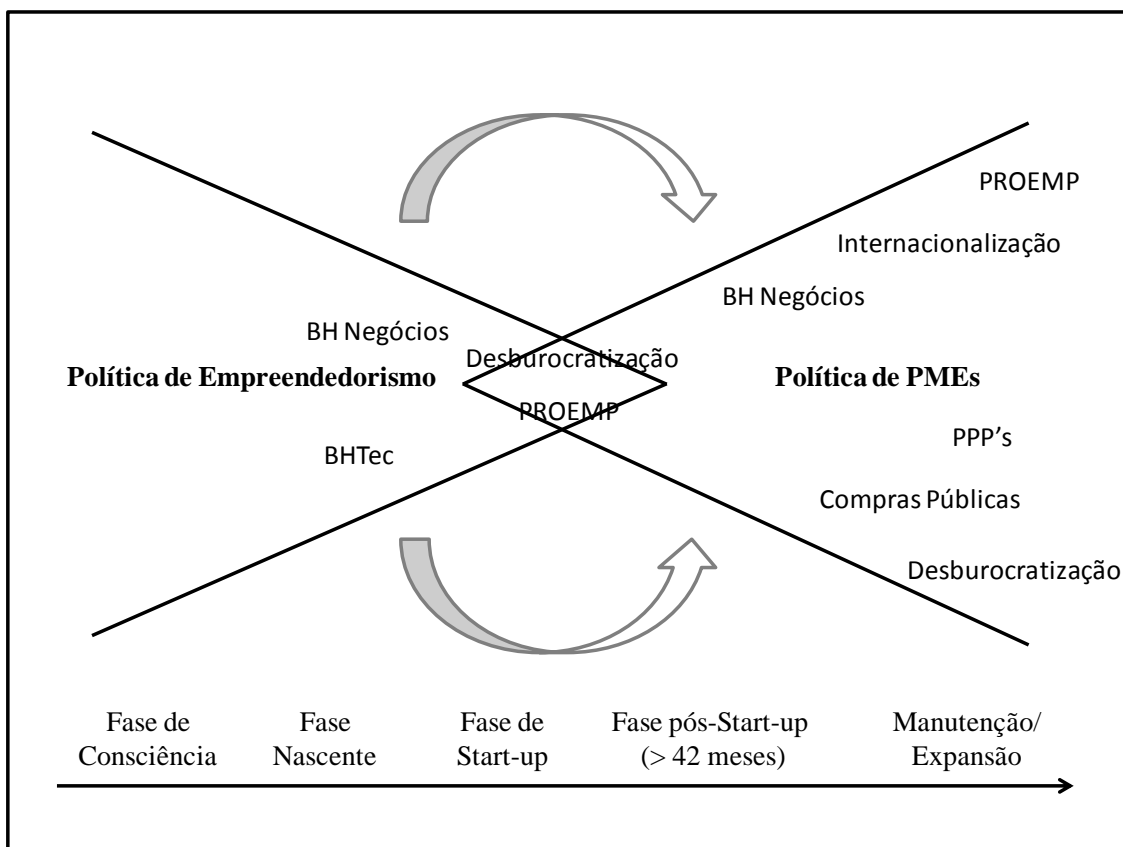


Figura 11. Políticas de empreendedorismo e Políticas de PME em Belo Horizonte.
Fonte: Elaboração própria a partir de Lundström e Stevenson (2006).

A descrição realizada na seção anterior permitiu dispor as políticas públicas de Belo Horizonte sob o modelo delineado por Lundström e Stevenson (2006), de forma a ser possível entender que um governo municipal pode realizar tanto Políticas Públicas de Empreendedorismo quanto Políticas Públicas de PME, influenciando, portanto, no nível de atividade empreendedora da sociedade.

Vale ressaltar, contudo, que as políticas realizadas pela prefeitura concentram seus esforços principalmente sobre empresas já existentes (*SMEs policy*), tendo a oportunidade de desenvolver sua perspectiva de incentivo ao empreendedorismo, por meio da ampliação de políticas públicas de empreendedorismo, cujo foco é promover um maior número de indivíduos decididos a empreender.

Essa circunstância aponta caminhos para uma maior integração entre as políticas públicas que agem sobre empreendedorismo em Belo Horizonte, configurando-se, portanto, como um convite à ampliação da visão em torno desse fenômeno. Sobre essa perspectiva é possível que sejam construídas políticas públicas a partir de todos os seus determinantes, de maneira contínua e integrada, expandindo assim as características já existentes no *polo organizacional de fomento ao empreendedorismo* presente na gestão pública do município.

7 CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou entender a atuação de um governo municipal, por meio de políticas públicas, sobre o fomento ao empreendedorismo. Essa pesquisa coopera para a construção do conhecimento na área, uma vez que há uma baixa produção acadêmica brasileira no que se refere a políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em âmbito local, em contrapartida à importância dessa temática para os municípios.

A teoria eclética do empreendedorismo aponta para diversos fatores “determinantes” do nível da atividade empreendedora. Os governos podem exercer influência sobre o número de empreendedores em uma sociedade através de suas políticas públicas, que a partir dessa abordagem, não se restringem a ações puramente econômicas, mas abrangem medidas sobre a cultura, a educação e outros campos de fomento.

Entende-se que essa visão, criada para analisar o âmbito nacional, também pode ser aplicada em nível de município, tendo por base o caso estudado, é possível perceber que um município brasileiro como Belo Horizonte – MG possui a capacidade institucional para fomentar o empreendedorismo a partir de uma abordagem ampla e integrada. A presença de medidas da prefeitura que atuam sobre quase todos os determinantes do empreendedorismo apontados pelos modelos, demonstra que é possível ao município, dentro de seus limites financeiros, institucionais e administrativos, agir de maneira abrangente sobre este fenômeno. Essa atuação é sustentada a partir da articulação dos esforços de atores internos e externos ao governo municipal, que possibilitam a implementação de uma abordagem mais ampla de fomento ao empreendedorismo.

No âmbito municipal são aplicadas as políticas implementadas pelo Estado e pela União, além das atividades empreendidas por outras organizações, como o Serviço Brasileiro de Apoio ao Empreendedorismo (SEBRAE), a Incubadora de empresas FumSoft, e a Federação das Associações das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (FEMICRO), que se empenham para fomentar o empreendedorismo, cada um em seus respectivos campos. Essa circunstância, quando não observada por esses atores, tende a resultar em um “campo de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo”

disperso, desarticulado, marcado pela pulverização, sobreposição das ações e pelo uso ineficiente dos recursos.

O governo municipal surge, portanto, nesse contexto como um importante agente no processo de integração das organizações públicas e privadas para o fomento ao empreendedorismo. Sua proximidade com o âmbito local, com os munícipes e suas organizações, configura um cenário propício para a criação de uma arena de formulação e implementação de políticas públicas que integre os diversos atores interessados em fortalecer a atividade empreendedora local. Essa característica é ainda mais acentuada em capitais administrativas, aonde se encontram no mesmo território, sedes da unidade federativa estadual.

A estrutura organizacional evidenciada no campo de pesquisa pode ser reconhecida como um exemplo de aplicação da abordagem eclética e integrada de fomento ao empreendedorismo a partir do protagonismo da prefeitura. Tendo por base no caso estudado, é possível ressaltar pelo menos três elementos importantes para o processo de construção dessa realidade, que favoreceu uma estrutura de governança para o empreendedorismo local.

Primeiramente a herança histórica de uma estrutura institucional de aproximação entre organizações de interesse provenientes do Estado, da União e da sociedade civil, com a finalidade de proporcionar o desenvolvimento econômico da capital, em segundo lugar, a consciência do gestor municipal, que no período analisado, entendeu o empreendedorismo como um meio de promoção do avanço social e econômico do município, e um terceiro ponto evidenciado no caso de pesquisa, é o favorecimento ao empreendedorismo gerado pela aplicação de um modelo gerencialista na administração pública municipal, que nesse contexto, foi responsável pela aproximação entre diversos atores no processo de formulação, implementação e avaliação das ações para o empreendedorismo.

O modelo eclético e integrado, discutido nesse trabalho para o âmbito municipal, convida os governos locais a ampliarem a visão sobre as diversas possibilidades de fomento ao empreendedorismo. Sob esta ótica, o caso de pesquisa pode ser caracterizado como um município que possui uma perspectiva ainda limitada de atuação sobre a atividade empreendedora. A análise das políticas públicas municipais e sua classificação dentro da abordagem proposta demonstram a possibilidade de avanços do governo municipal para fomentar o empreendedorismo desde a conscientização dos

indivíduos, a capacitação, o fornecimento de recursos aos mesmos, até o apoio de expansão e internacionalização dos negócios.

Essa evidência pode estar relacionada ao distanciamento existente entre a teoria eclética e integrada do empreendedorismo assumida como base da presente pesquisa, e a realidade municipal. Tal constatação não aponta para alguma possível impertinência dessa abordagem para esse contexto, mas sim, alarma para a necessidade de tornar os municípios mais conscientes das diversas possibilidades de fomento à atividade empreendedora a partir de suas políticas públicas.

Uma contribuição prática desse trabalho é a divulgação de uma perspectiva ampla de fomento ao empreendedorismo para as unidades federativas brasileiras. Especificamente para o âmbito municipal é possível ressaltar alguns aspectos interessantes evidenciados no caso pesquisado. Tendo o gestor consciência sobre a importância da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico do município, é possível indicar as seguintes ações: (i) a elaboração de um projeto de fomento ao empreendedorismo em curto, médio e longo prazo, tendo em vista seus vários determinantes e possibilidades de atuação; (ii) a criação de estruturas organizacionais para o fomento ao empreendedorismo no município, que integrem os esforços interfederativos e entre os diversos setores da prefeitura; além da (iii) abertura aos atores interessados na promoção do empreendedorismo local (incubadoras, empresas, centros de pesquisa, organizações representativas, SEBRAE, entre outros), estimulando, assim, o alinhamento e a potencialização dos resultados das atividades realizadas pró-empreendedorismo no município. Essas medidas oferecem alguns passos para a aplicação de uma abordagem eclética e integrada de fomento ao empreendedorismo no âmbito municipal.

Por fim, entende-se que em um contexto brasileiro, pautado pela dispersão das ações públicas e privadas para o fomento ao empreendedorismo, e a baixa autonomia institucional dos governos municipais, o caso estudado se mostrou importante para entender a necessidade, bem como a possibilidade de se aplicar uma abordagem eclética e integrada de fomento ao empreendedorismo. Ressalta-se, contudo, que esses resultados precisam ser confrontados com outras realidades municipais, para que, a partir de evidências congruentes e peculiares existentes entre os diversos casos, uma lente teórica abrangente seja construída para se entender o fomento ao empreendedorismo no âmbito municipal brasileiro.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACS, Z. J.; AUDRETSCH, D. B.; STROM, R. J. (Eds.). **Entrepreneurship, growth, and public policy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

ÁCS, Z. J.; AUTIO, E.; SZERB, L. National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. **Research Policy**, v. 43, n. 3, p. 476–494, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>>.

ACS, Z. J.; STOUGH, R. R. **Public policy in an entrepreneurial economy**: Creating the conditions for business growth, v. 17. Berlin: Springer, 2008.

APARICIO, S.; URBANO, D.; AUDRETSCH, D. Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 102, p. 45–61, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.006>>.

APARICIO, S.; URBANO, D.; GÓMEZ, D. The role of innovative entrepreneurship within Colombian business cycle scenarios: A system dynamics approach. **Futures**, v. 81, 2016.

APEC. **Cultivating Entrepreneurship**: The Experience of Chinese Taipei. Prepared for the Small and Medium Enterprises Ministerial Meeting, Chiang Mai, Thailand, 7-8 August. Singapore: APEC Secretariat, 2003.

AUDRETSCH, D.B.; M. FRITSCH. Geography of firm births in Germany. **Regional Studies**, v. 28, n. 4, p. 359- 365, 2000.

AUDRETSCH, D. B.; GRILO, I.; THURIK, A. R.. Explaining entrepreneurship and the role of policy: a framework. In: AUDRETSCH, D. B.; GRILO, I.; THURIK, A. R. (Ed.). **Handbook of research on entrepreneurship policy**. Edward Elgar Publishing, 2007., p. 1-17, 2007.

AUDRETSCH, D.B.; THURIK, A.R.. ‘What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies’, **Industrial and Corporate Change**, v. 10, n. 1, p. 267–315, 2001

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARON, R. Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 4, p. 275–294, 1998.

BARTELSMAN, E.; STEFANO S.; FABIANO S. Comparative Analysis of Firm Demographics and Survival: Micro-Level Evidence for the OECD Countries. **Economic Development Working papers** No. 348. Paris: OECD. January. 2003

BATES, T. **Race, Self-Employment and Upward Mobility**. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1997.

BAUMOL, W. Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. **Journal of Business Venturing**. v. 8, p. 197-210, 1993.

BELO HORIZONTE. Lei nº 3.237, de 11 de agosto de 1980. Define a política municipal de turismo; dispõe sobre áreas especiais e locais de interesse turístico; cria unidades e complexos turísticos; autoriza a instituição da empresa municipal de turismo de Belo Horizonte - Belotur e dá outras providências. 1980.

_____. Lei nº 7.638, de 18 de janeiro de 1999. **Diário Oficial do Município**, Poder Executivo, Belo Horizonte: MG, 18 de jan. de 1999.

_____. **BH Metas e Resultados**. 2009. Disponível em <<https://bhmetasresultados.pbh.gov.br/content/bh-metas-e-resultados>>. Acessado em: 25 out. 2015.

_____. **Cenários exploratórios para belo horizonte 2010-2030: a cidade que queremos**. 2º Versão, 2009.

_____. Decreto nº 13.568 de 13 de maio de 2009. **Diário Oficial do Município**, Poder Executivo, Belo Horizonte: MG, Belo Horizonte, 13 de maio de 2009.

_____. **Planejamento estratégico de belo horizonte 2030: avaliação situacional de belo horizonte e de sua inserção no contexto metropolitano**. Anexo I, 2009.

_____. **Planejamento estratégico de belo horizonte 2030: cenários exploratórios para belo horizonte 2010-2030**. Anexo II, 2009.

_____. **Decreto nº 14.283**, de 18 de fevereiro de 2011. **Diário Oficial do Município** Dispõe sobre alocação, denominação e atribuição dos órgãos de terceiro grau hierárquico e respectivos subníveis da estrutura organizacional da administração direta do executivo, na coordenação executiva do programa BH metas e resultados. Belo Horizonte: MG. 2011.

_____. **Decreto nº 14.590**, de 27 de setembro de 2011. **Diário Oficial do Município** Dispõe sobre o programa de incentivo à instalação e ampliação de empresa – PROEMP, 2011. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/mg/b/belo-horizonte/decreto/2011/1459/14590/decreto-n-14590-2011-dispoe-sobre-o-programa-de-incentivo-a-instalacao-e-ampliacao-de-empresa-proemp>. Acesso em: 04 fevereiro 2017.

_____. Lei nº 10.101, de 14 de janeiro de 2011. **Diário Oficial do Município**, Poder Executivo, Belo Horizonte: MG, 14 de jan. de 2011. Disponível em: <<http://portal6.pbh.gov.br/dom/iniciaEdicao.do?method=DetalheArtigo&pk=1050918>>. Acesso em: 04 julho 2016.

_____. Lei nº 10.640, de 17 de julho de 2013. Dispõe sobre o tratamento favorecido e diferenciado à Microempresa, à Empresa de Pequeno Porte e ao Microempreendedor Individual no Município de Belo Horizonte e dá outras providências, Belo Horizonte: MG, 2013.

_____. **BH Negócios: Projeto de Incentivo ao Empreendedorismo da PBH para gerar trabalho, renda e desenvolvimento socioeconômico**, 2016.

_____. **Estrutura Organizacional da Prefeitura de Belo Horizonte**. Disponível em: <<http://portal7.pbh.gov.br/Organograma/index.pbh>>. Acesso em: 10 fevereiro 2016.

_____. **Plano Diretor**, p. 3 – 25, 2016.

_____. **Plano Estratégico BH 2030: BH no rumo certo**, 2016.

BIERNACKI, P.; WALDORF, D. Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. **Sociological methods & research**, v. 10, n. 2, p. 141-163, 1981.

- BLANCHFLOWER, D.G.. Self-employment in OECD countries. **Labour Economics**. v. 7, p. 471-505, 2000.
- BLAU, D. A time-series analysis of self-employment in the United States, **Journal of Political Economy**. v. 95, n. 3, p. 445-467, 1987.
- BRASIL. **Lei nº 11.079**, de 30 de dezembro de 2004. Presidência da República. Institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública. Brasília: DF, 2004.
- BRASIL. **Lei complementar nº 123**, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em 04 fevereiro 2016.
- BRÜDERL, J. P. P. Network support and the success of newly founded businesses, **Small Business Economics**. v. 10, n. 3, p. 213-225, 1998.
- BRUSH, C.; CARTER, N.; GATEWOOD, E.; GREENE, P.; HART, M. **Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses**. Upper Saddle River: FT Press, 2004.
- BURGOS, F.; COSTA, A. B. Badesc e o Programa de Microcrédito Catarinense. . In: GOMES, M. V. P. ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. 2013a.
- BURGOS, F.; COSTA, A. B. “Capital da Inovação”: a Estratégia de Desenvolvimento de Florianópolis. In: GOMES, M. V. P. ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. 2013b.
- CARREE, M.A.; NIJKAMP, J. Deregulation in retailing: the Dutch experience. **Journal of Economics and Business**, forthcoming, 2001.
- CARREE, M. A.; THURIK, A. R. The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In Zoltan J. Acs and David B. Audretsch (eds.), **The Handbook of Entrepreneurship Research**. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 437-471, 2003.
- CARREE, M.A.; VAN STEL, A.; THURIK, A.R.; WENNEKERS, A.R.M... Economic Development and Business Ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. **Small Business Economics**, v. 19, p. 271-290, 2002.
- CASSON, M. Entrepreneurship, Business Culture and the Theory of the Firm. In Zoltan J. Acs and David B. Audretsch (eds.), **The Handbook of Entrepreneurship Research**. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, p. 223-246, 2003.
- CASTAÑO, M. S.; MÉNDEZ, M. T.; GALINDO, M. A.. The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 7, p. 1496–1500, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.040>>.
- _____ The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth. **Journal of Business Research**, 2016.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- COSTA, A. M., BARROS, D. F., CARVALHO J. L. F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 2, art. 1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>.

- DELMAR, F.; DAVIDSSON, P.; GARTNER, W. B. Arriving at the high-growth firm. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 2, p. 189–216, 2003.
- DONAIRE, D.; SILVA, M. P. da; GASPARG, M. A.. A rede de negócios do turismo: um estudo sobre suas características e implicações estratégicas. **Turismo: Visão e Ação**. 2009.
- EUROPEAN COMMISSION. **Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship**. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels: 2004.
- EUROPEAN COMMISSION. Education for Entrepreneurship: Making progress in promoting entrepreneurial attitudes and skills through Primary and Secondary education. **Final Report of the Expert Group**. Brussels: Enterprise Directorate-General. February, 2004b.
- EVANS, D.S.; LEIGHTON, L.S. Some empirical aspects of entrepreneurship, **American Economic Review** . v. 79, n. 3, p. 519-535, 1989.
- FITZSIMONS, P.; O'GORMAN, C. **How Entrepreneurial is Ireland? The Global Entrepreneurship Monitor Irish Report**. Sponsored by Enterprise Ireland and Inglaterra, 2003.
- FREYTAG, A.; THURIK, R.. Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. **Entrepreneurship and Culture**, p. 157–170, 2010.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995
- GRÉGOIRE, D. A.; CORBETT, A. C.; MCMULLEN, J. S. The cognitive perspective in entrepreneurship: An agenda for future research. **Journal of Management Studies**, v. 48, n. 6, p. 1443–1477, 2011.
- GRIN, E. J. *et al.* **Desenvolvimento de Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo em Estados e Municípios**. Centro de Estudos em Administração Pública e Governo, Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, 2012..
- HANDCOCK, M. S.; GILE, K. J. Comment: On the concept of snowball sampling. **Sociological Methodology**, v. 41, n. 1, p. 367-371, 2011.
- HÉBERT, R.F.; LINK, A.N., 'In search of the meaning of entrepreneurship', **Small Business Economics**, v. 1, n. 1, p. 39–49, 1989.
- HOFER, A.; DELANEY, A. Shooting for the moon: Good practices in local youth entrepreneurship support. **OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Working Papers**, No. 2010/11, OECD Publishing, Paris, 2010.
- IBGE. **Cidades@**: banco de dados. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/5N7>>. Acesso em: 21 novembro, 2016.
- INTERNATIONAL LABOR ORGANISATION (ILO). The Promotion of Self-Employment, **ILO**, Geneva, 1990.

- KANTIS, H. **Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia**. Washington, DC: InterAmerican Development Bank, 2002.
- KUIP, I. VAN DER. Early development of entrepreneurial qualities, **Strategic Study B9802**, EIM Business, 1998.
- LADO-SESTAYO, R. Macro Determinants of Entrepreneurship : Location' s role. **Smart Regions for a Smarter Growth Strategy**, 2013.
- LAZEAR, E.P. Entrepreneurship. **Journal of Labor Economics**. v. 23, n. 4, 2005.
- LOWREY, Y. The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach. Presented at the **ASSA Annual Meeting**. 5 January. Washington, DC: Office of Advocacy, Small Business Administration, 2003.
- LUNDSTRÖM, A.; STEVENSON, L. **Entrepreneurship Poliy: Theory and Practice**. New York: Springer, 2006.
- MACEDO, B. M. Considerações sobre o planejamento estratégico de Belo Horizonte e a internacionalização da cidade. **Fronteira: revista de iniciação científica em Relações Internacionais**, v. 11, n. 22, p. 170-192, 2012.
- MACEDO, M. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2014.
- MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: **Seminário Internacional Sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos**, 2, 2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. **Anais...** Bauru: USC, 2004.
- MITCHELL, R. K.; BUSENITZ, L., LANT, T.; MCDUGALL, P. P.; MORSE, E. A.; SMITH, J. B. Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory & Practice**. v. 27, n. 2 , p. 93–104, 2002.
- MORAIS, E. F. C (Coord.). **Proposta de Teses e Diretrizes para a Política Nacional de Empreendedorismo e Negócios: Consulta Pública**. Brasília : MDIC, 2012.
- MORRIS, M. H. Sustaining the Entrepreneurial Society. **Working paper 96-01. The Small Business Foundation of America: The Research Institute for Small and Emerging Business**. Washington, DC. 1996.
- MORRIS, M. H., KURATKO, D. F., SCHINDEHUTTE, M., & SPIVACK, A. J. Framing the entrepreneurial experience. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 36(1), 11–40, 2012.
- MORRIS, M. H.; NEUMEYER, X.; KURATKO, D. F. A portfolio perspective on entrepreneurship and economic development. **Small Business Economics**, v. 45, n. 4, p. 713-728, 2015.
- MORRIS, M. H.; WEBB, J. Entrepreneurship as emergence. In c. E. Shalley, m. A. Hitt, j. Z. (EDs.), **Oxford handbook of creativity, innovation and entrepreneurship: Multilevel linkages**. New York: Oxford University Press, 2014.
- MORRIS, M. H. et al. Distinguishing Types of Entrepreneurial Ventures: An Identity-Based Perspective. **Journal of Small Business Management**, 2016.

NATIONAL COMMISSION ON ENTREPRENEURSHIP. **American Formula for Growth: Federal Policy & the Entrepreneurial Economy**. Washington, DC: NCOE. October, p.1958-1998, 2002.

NOLAN, A. *et al.* Entrepreneurship and local economic development: Programme and policy recommendations. **Publications de l'OCDE**, 2003.

NUTEK. **Stronger Entrepreneurship**: a policy report about new perspectives, changed pre-requisites and positive attitudes. Stockholm. April, 2003.

OECD. **Entrepreneurship, Growth and Policy**. Paris: OECD, 2001

OECD. Fostering Entrepreneurship. **The OECD Jobs Strategy**, Paris: OECD, 1998.

OECD. **Measuring Entrepreneurship**: a Collection of Indicators, OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme, 2009.

OECD. Policy Benchmarks for Fostering Firm Creation and Entrepreneurship. **DSTI/IND**, v. 13. Paris: OECD, 2002.

OECD. The Bologna Charter on SME Policies. Paris: **OECD** (adopted on 15 June 2000), 2000.

PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano**. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/belo-horizonte_mg> . Acesso em: 21 novembro de 2016.

POTTER, J. Entrepreneurship policy at local level: rationale, design and delivery. **Local Economy**, v. 20, n. 1, pp. 104-110, 2005.

POTTER, J. G.; STOREY, D. J. OECD framework for the evaluation of SME and entrepreneurship policies and programmes. **Publications de l'OCDE**, 2007.

PRADO O.; COSTAS A. B. Uma Pequena Cidade e sua Vocação para a Alta Tecnologia: Santa Rita do Sapucaí. . In: GOMES, M. V. P. ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. 2013.

PRIEGER, J. E. *et al.* Economic Growth and the Optimal Level of Entrepreneurship. **World Development**. [S.l: s.n.]. , 2016

PROGRAMA de governo Aliança por BH: Propostas para Belo Horizonte continuar a melhorar, 2008.

PROGRAMA de governo BH segue em frente, 2013 – 2016: BH na cabe a e no cora o. 2012.

REYNOLDS, P. D.; HAY. M.; CAMP, S.M. **Global Entrepreneurs hip Monitor**, 1999.Executive Report. Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and the London Business School. 1999.

REYNOLDS, P. D. Understanding Business Creation: Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies. **Remarks on Receiving the FSF-NUTEK Award 2004**. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research, 2004.

SARFATI, G. Estágios de Desenvolvimento Econômico e Políticas Públicas de Empreendedorismo e de Micro, Médias e Pequenas Empresas (MPMEs) em Perspectiva Comparada: Os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. *Revista de Administra o Pública (Impresso)*, v. 47, p. 25-48, 2013.

- SARFATI, G.; FERNANDES R. J. R. São José dos Campos: Empreendedorismo através da Educação, Redução da Burocracia e Fomento ao Desenvolvimento Local. . In: GOMES, M. V. P. ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. 2013.
- SÁ-SILVA, J. R. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, v.1, n.1, p. 1-15, 2009.
- SECCHI, L. **Políticas públicas**: conceitos, esquemas de análise, casos práticos. São Paulo: Cengage Learning, v. 133, 2010
- SHANE, S; ECKHARDT, J. The Individual-Opportunity Nexus. In Zoltan J. Acs and David Audretsch (eds.), **The Handbook of Entrepreneurship Research**. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, p. 161-191, 2003.
- SHANE, S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. **Small Business Economics**, v. 33, n. 2, p. 141–149, 2009.
- SKICA, T; BEM, A.; ZYGADLO, K. The role of local government in the process of entrepreneurship development. **e-Finance**, v. 9, n. 4, p. 1, 2013.
- SMITH, A. **Uma investigação sobre a causa e a natureza da riqueza das nações**. (Os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1983.
- SMITH, W.; CHIMUCHEKA, T. Entrepreneurship, Economic Growth and Entrepreneurship Theories. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 2014.
- SPINK, P. K. A Articulação de Ações Públicas em Situações Complexas. In: **Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas 16 Empresas**. GOMES, M. V. P.; ALVEZ, M. A.; FERNANDES, R. J. R. • São Paulo : Programa Gestão Pública e Cidadania, 2013.
- STANGLER, D. **High-growth firms and the future of the American economy**. Kansas City: Kauffman Foundation, 2010.
- STOREY, D.J. **Understanding the Small Business Sector**. Routledge, London/New York, 1994.
- STOREY, D. J. Entrepreneurship and SME policy. In: **World Entrepreneurship Forum**. 2008.
- THURIK, A.R. Entrepreneurship, industrial transformation and growth, in: G.D. Libecap (ed.), **The Sources of Entrepreneurial Activity**: v.. 11, Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth, JAI Press, Stamford, 29-65, 1999.
- THURIK, A. R. The ‘managed’ and the ‘entrepreneurial’ economy. In: **World Entrepreneurship Forum**. 2008.
- TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.
- URBANO, D.; APARICIO, S. Entrepreneurship capital types and economic growth: International evidence. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 102, 2016.
- VAN PRAAG, M.C. ‘Some classic views on entrepreneurship’, **De Economist**, v. 147, n. 3, p. 311–335, 1999
- VAN PRAAG, M. C.; VERSLOOT, P. H. What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. **Small Business Economics**, v. 29, n. 4, p. 351–382, 2007.

VAN STEL, A.; WENNEKERS, S.; THURIK, R.; REYNOLDS, P., GERRIT DE WIT. Explaining nascent entrepreneurship across countries. SCALES-paper N200301. Zoetermeer: EDVI **Business & Policy Research**. May. 2003.

VASCONCELOS FILHO, P. *et al.* **Planejamento empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: LTC, 1984.

VERHEUL, I. *et al.* An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. In: **Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison**. Springer US, p. 11-81, 2002.

VERHEUL, I.; WENNEKERS, S.; AUDRETSCH D.; THURIK R.. An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. **EIM Research Report** 0012/E. Zoetermeer: EDVI Business & Policy Research. March, 2001.

WENNEKERS, A.R.M.; THURIK, R.,. Linking entrepreneurship and economic growth, **Small Business Economics**, v. 13, n. 1, p. 27-55, 1999.

WENNEKERS, A.R.M.; UHLANER, L.; THURIK, A.R. 'Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective', **International Journal of Entrepreneurship Education**, v. 1, n. 1, p. 25-64, 2002.

WIKLUND, J.; SHEPHERD, D. Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 13, p. 1307-1314, 2003.

WILDEMAN, R.E.; HOFSTEDE G.; NOORDERHEVEN N.G.; THURIK R.; VERHOEVEN W.H.J.; WENNEKERS S.. Self-employment in 23 OECD countries, the role of cultural and economic factors. **Research report** 9811/E. Zoetermeer: EIM Business & Policy Research, 1999.

WILKEN, P. H. The Emergence of Entrepreneurship and its Significance for Economic Growth and Development. In **Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study**. Norwood, NJ: Ablex, 1979.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2010

ANEXOS

ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr.(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa “Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo no âmbito municipal: o caso do município de Belo Horizonte - MG”. Nesta pesquisa pretendemos analisar a atuação do governo municipal de Belo Horizonte – MG a partir de políticas públicas que fomentam a atividade empreendedora. O motivo que nos leva a estudar essa temática é a atual importância de tais políticas para a promoção do desenvolvimento econômico no âmbito municipal.

Para esta pesquisa, além de utilizarmos alguns documentos de domínio das organizações pesquisadas, dentre eles atas das reuniões, documentos legais, projetos e relatórios produzidos pelos atores envolvidos na temática estudada, realizaremos entrevistas com os atores municipais envolvidos nas políticas públicas relacionadas ao empreendedorismo na cidade de Belo Horizonte - MG. A previsão de duração da entrevista da qual o Sr(a) participará é de aproximadamente quarenta (40) minutos.

Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em: desconforto que o entrevistado poderá sentir em compartilhar informações pessoais ou confidenciais, ou mesmo falar sobre alguns tópicos que possa se sentir incomodado. Como forma de minimizar esse risco, deixamos claro que o Sr (a) não precisará responder a qualquer questão ou dar informações as quais não se sinta a vontade em falar.

A pesquisa contribuirá direta e indiretamente para a discussão sobre a realidade da atuação do município sobre o aumento da atividade empreendedora. Assim, poderá apontar aspectos importantes sobre a capacidade dos municípios de atuar sobre o empreendedorismo, identificando as condicionantes que os limitam e refletindo sobre as possíveis estratégias de atuação municipal frente aos desafios que lhe são apresentados.

Para participar deste estudo o Sr.(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, o Sr.(a) tem assegurado o direito à indenização. O Sr.(a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr.(a) é atendido(a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) Sr.(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar da pesquisa. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, o Professor Magnus Luiz Emmendoerfer, no Departamento de Administração da Universidade Federal de Viçosa e a outra será fornecida ao(à) Sr (a).

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa, e depois desse tempo serão destruídos. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu, _____, contato
_____, fui informado(a) dos
objetivos da pesquisa “Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo no âmbito
municipal: o caso do município de Belo Horizonte - MG” de maneira clara e detalhada,
e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas
informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que
concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e
esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Viçosa, _____ de _____ de 2016.

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador

Nome do Pesquisador Responsável: Professor Magnus Luiz Emmendoerfer

Endereço: Universidade Federal de Viçosa, Departamento de Administração, Campus
Universitário, s/nº, Viçosa – MG.

Telefone: (31) 3899-2890

Email: magnus@ufv.br

Em caso de discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, você
poderá consultar:

CEP/UFV – Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos

Universidade Federal de Viçosa

Edifício Arthur Bernardes, piso inferior

Av. PH Rolfs, s/n – Campus Universitário

Cep: 36570-900 Viçosa/MG

Telefone: (31)3899-2492

Email: cep@ufv.br

www.cep.ufv.br

APÊNDICES

APENDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTA SEBRAE MINAS – LEI GERAL DA MPE

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E1_SEBRAE MINAS

Sobre o entrevistado

- 1- Nome, cargo e histórico.
- 2- Função no processo de implementação da Lei Geral.

Sobre a da Lei N° 10.640 de 17 de Julho de 2013

- 1- Como foi a história de formulação da Lei? Quando se iniciaram as discussões?
- 2- Como foi o processo de implementação da Lei?
- 3- Quais foram os principais agentes e organizações envolvidos na formulação e implementação da Lei? Qual foi o papel do SEBRAE?
- 4- Quais foram as principais mudanças ocorridas em BH após a implantação da Lei?
- 5- Depois de sancionada, a Lei está sendo totalmente cumprida? Se não, quais são as orientações não cumpridas da Lei? Você poderia discorrer sobre as possíveis disfuncionalidades da Lei?

APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTA GERÊNCIA DE COORDENAÇÃO DO PLANO DE DESBUROCRATIZAÇÃO

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E2 – GCPD Gerência de Coordenação do Plano de Desburocratização

A desburocratização e a melhoria do ambiente de negócios é um projeto sustentador (nº16) no BH Metas e Resultados e estava sobre a responsabilidade da SMGov.

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 1- Tempo de cargo.
- 2- Objetivos da Gerência e sua estrutura administrativa.
- 3- Seu histórico sua relação com o empreendedorismo.
- 4- Qual a relação entre a gerência e o Plano BH Metas e Resultados?
- 5- As ações da GCPD vão além do Plano BH Metas e Resultados?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e as Políticas Públicas

- 1- Qual a sua visão sobre o empreendedorismo?
- 2- O que BH espera ao fomentar o empreendedorismo?
- 3- Qual o tipo de empreendedorismo vocês esperam incentivar (As MPE, as Indústrias de grande porte, empresas de elevado crescimento)?
- 4- Como a desburocratização pode afetar o empreendedorismo em BH?
- 5- Por que BH opta por essa estratégia?
- 6- Quais são foram as ações para promover a desburocratização do ambiente de negócios em BH? Quais foram as mais expressivas?
- 7- Quais foram os principais parceiros no processo de desburocratização para o empreendedorismo?
- 8- Quais foram os principais resultados?

Sobre os desafios e as potencialidades

- 1- Quais são os principais desafios da GCPD para cumprir seus objetivos?
- 2- Caso a GCRD possuíssem mais recursos (financeiros, humanos, estruturais) algo mais poderia ser feito?
- 3- Qual a relação da prefeitura de BH com o governo estadual e federal no que se refere à atração desburocratização?
- 4- Destaque a potencialidade que BH tem de promover o empreendedorismo.
- 5- Qual a relação entre a política e as ações da GCRD?
- 6- Quais são os planos para o futuro.

APÊNDICE C: ROTEIRO DE ENTREVISTA SEBRAE MINAS – EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E3_SEBRAE.

Sobre o entrevistado

- 3- Nome, cargo e histórico no SEBRAE.

Sobre a educação empreendedora

- 1- O que é o projeto que está sendo construído para a inclusão do empreendedorismo nas escolas?
- 2- Quem criou esse projeto?
- 3- Como está sendo elaborado?
- 4- Qual o seu objetivo?
- 5- Quais são os parceiros? A prefeitura de Belo Horizonte é parceira nesse projeto? De que maneira ela contribui? Em qual etapa?
- 6- Na sua opinião, a prefeitura de Belo Horizonte tem feito um bom trabalho no que refere ao fomento ao empreendedorismo? Quais são os pontos positivos? E negativos?
- 7- Como é a relação entre prefeitura de BH e o SEBRAE Minas?

APÊNDICE D: ROTEIRO DE ENTREVISTA GESAI - GERÊNCIA DE SUPORTE À ANÁLISE DE INVESTIMENTOS

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo

Entrevistado: E4 _GESAI - Gerência de Suporte à Análise de Investimentos

A promoção de investimentos é um projeto sustentador (nº17) no BH Metas e Resultados e estava sobre a responsabilidade da SMADES.

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 6- Tempo de cargo.
- 7- Objetivos da Gerência e sua estrutura administrativa.
- 8- Seu histórico sua relação com o empreendedorismo.
- 9- Qual a relação entre a gerência e o Plano BH Metas e Resultados?
- 10- As ações da GESAI vão além do Plano BH Metas e Resultados?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e as Políticas Públicas

- 9- Como BH atua para atrair mais investimentos para o município?
- 10- Quais são foram as ações para promover o investimento em BH? Quais foram as mais expressivas?
- 11- A atração de investimentos faz aumentar o número de empreendedores em BH?
- 12- Qual o tipo de empreendedorismo vocês esperam incentivar (As MPE, as Indústrias de grande porte, empresas de elevado crescimento)?
- 13- Por que BH opta por essa estratégia?
- 14- Quais foram os principais parceiros no processo de atração de investimento em BH?
- 15- Quais foram os principais resultados?
- 16- Qual a sua visão sobre o empreendedorismo?
- 17- O que BH espera ao fomentar o empreendedorismo?

Sobre os desafios e as potencialidades

- 7- Quais são os principais desafios da GESAI para cumprir seus objetivos?
- 8- Caso a GESAI possuíssem mais recursos (financeiros, humanos, estruturais) algo mais poderia ser feito?
- 9- Qual a relação da prefeitura de BH com o governo estadual e federal no que se refere à atração de investimentos?

- 10- Destaque a potencialidade que BH tem de promover o empreendedorismo.
- 11- Qual a relação entre a política e as ações da GESAI?
- 12- Quais são os planos para o futuro?

Sobre a Gerência do Projeto Sustentador de Turismo

- 1- Existe alguma relação entre turismo e os negócios para a Prefeitura de BH?
- 2- Qual o papel da BeloTur no Projeto? E da SMDES?
- 3- Indicações para conversas.

APÊNDICE E: ROTEIRO DE ENTREVISTA GERÊNCIA DO PROJETO SUSTENTADOR TURISMO EM BH

Entrevista com roteiro semi-estruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Pesquisa: E5_Gerência do Projeto Sustentador Turismo em BH

O turismo é um dos projetos sustentadores para realização do eixo “Prosperidade” no plano BH Metas e Resultados. Está sob a responsabilidade da BeloTur, empresa de sociedade mista vinculada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento (SMDE).

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 11- Formação, histórico e tempo de cargo.
- 12- Como é a estrutura gerencial do BH Metas? Qual o objetivo da sua gerência? Como funcionam suas atividades?
- 13- O que BH espera da BeloTur no eixo prosperidade?

Sobre o empreendedorismo e o turismo em Belo Horizonte.

- 1- Quais são as principais atrações turísticas de BH?
- 2- Por que o Turismo foi pensado um fator importante no eixo prosperidade?
- 3- Em sua opinião, qual a relação entre o turismo e a abertura e desenvolvimento de empreendimentos?
- 4- Como o turismo pode incentivar o empreendedorismo? Como, mais especificamente, o turismo de negócios, afeta o empreendedorismo em BH?
- 5- Todos os eventos incentivam direta ou indiretamente os negócios da cidade? Pode-se dizer que o turismo de negócios é uma forma direta de fomento ao empreendedorismo em BH?
- 6- Quais são os principais eventos de negócios da BeloTur? (BH aos Olhos do Mundo/FONE BH)
- 7- Quais são os principais parceiros da BeloTur no que se refere ao empreendedorismo?
- 8- No que se refere ao turismo de negócios, o que atrai o empresário para BH?
- 9- Quais são os resultados visíveis de que o turismo de negócios incentiva um maior número de empreendimentos?

Sobre os desafios e as potencialidades

- 13- Quais são os principais desafios da BeloTur para cumprir seus objetivos?
- 14- Qual a relação da BeloTur com o governo estadual e federal no que se refere à atração desburocratização?
- 15- Quais são os planos para o futuro.

APÊNDICE F: ROTEIRO DE ENTREVISTA GBHR-GERÊNCIA DA CENTRAL DE ATENDIMENTO PRESENCIAL - BH RESOLVE

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo

Entrevistado: E6 e E7 – GBHR-Gerência da Central de Atendimento Presencial - BH Resolve

O BH Resolve é a Central de Atendimento Presencial da Prefeitura de Belo Horizonte. Corresponde a um atendimento integrado dos usuários dos serviços públicos, gerenciado por um sistema de senhas, de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h (ver endereço abaixo).

As unidades de atendimento participantes do atendimento presencial são: Finanças, Regulação Urbana, BHTRANS, Infrações de trânsito, Telecentro, SINE, Procon, Procuradoria Geral, Feiras, Fiscalização e Licenciamento, SLU, SUCAF, Saúde, Urbel, Meio Ambiente, Políticas Sociais, Ouvidoria Geral, Juventude e Correspondente Bancário.

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 14- Tempo de cargo.
- 15- Objetivos da Gerência e sua estrutura administrativa.
- 16- Seu histórico sua relação com o empreendedorismo.
- 17- Qual a relação entre a gerência e o Plano BH Metas e Resultados?
- 18- As ações da GBHR vão além do Plano BH Metas e Resultados?
- 19- Qual a relação da GBHR e o empreendedorismo?
- 20- Por que BH opta por essa estratégia?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e as Políticas Públicas

- 18- Quais são as ações para promover a melhoria do ambiente de negócios em BH? Quais foram as mais expressivas?
- 19- As ações da GBHR são pensadas para o aumento da atividade empreendedora, ou é uma ação complementar?
- 20- Como suas ações podem afetar o empreendedorismo em BH?
- 21- Quais foram os principais parceiros no processo de desburocratização para o empreendedorismo?
- 22- Quais foram os principais resultados?

Sobre os desafios e as potencialidades

- 16- Quais são os principais desafios da GCPD para cumprir seus objetivos?
- 17- Caso a GCRH possuíssem mais recursos (financeiros, humanos, estruturais) algo mais poderia ser feito?
- 18- Qual a relação da prefeitura de BH com o governo estadual e federal no que se refere ao BH Resolve?
- 19- Qual a relação entre a política e as ações da GCRD?
- 20- Quais são os planos para o futuro.

APÊNDICE G: ROTEIRO DE ENTREVISTA FEMICRO

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E8_FEMICRO

Missão: Representar, coordenar, fortalecer e promover a ambiência favorável ao desenvolvimento e sustentabilidade das entidades de empreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte do Comércio e Serviços do Estado de Minas Gerais.

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 21- Formação, histórico e tempo de cargo.
- 22- O que é a FEMICRO? Como ela foi formada? Qual a sua estrutura administrativa?
- 23- Quantos associados a FEMICRO tem em BH?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e a FEMICRO

- 23- Qual o conceito de entidades de empreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte utilizado pela FEMICRO?
- 24- Quais são os principais desafios e carências enfrentados pelas entidades de empreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte hoje em MG?
- 25- Quais são as congruências e as peculiaridades de Belo Horizonte, no que se referem à realidade das entidades de empreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte?
- 26- Como as ações da prefeitura de BH nos últimos oito anos têm impactado sobre as entidades de empreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte? Como era em outras gestões?
- 27- Quais ações da FEMICRO tem recebido apoio da prefeitura de BH?
- 28- Como a FEMICRO atuou na construção de BH Negócios e atua em sua implementação?

Sobre as potencialidades de Belo Horizonte

- 21- Em quais setores os empreendedores ainda precisam ser amparados pela prefeitura municipal?
- 22- As bandeiras dos partidos interferem no desenvolvimento do empreendedorismo em BH?
- 23- Quais são suas expectativas para o futuro?

APÊNDICE H: ROTEIRO DE ENTREVISTA GERÊNCIA DE SUPORTE ÀS AÇÕES DE FOMENTO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS – GEAMP.

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E9_ Gerência de Suporte às Ações de Fomento às Micros e Pequenas Empresas – GEAMP.

Sobre o entrevistado e a organização da qual faz parte.

- 24- Formação, histórico e tempo de cargo.
- 25- Objetivos da GEAMP e sua estrutura administrativa.
- 26- Qual a relação entre a gerência e o Plano BH Metas e Resultados?
- 27- Sobre o Plano BH Negócios, como surgiu essa ideia? Como ela ganhou espaço no governo? Quais suas parcerias? Qual sua finalidade?
- 28- Além do BH Negócios, quais são as outras ações da GEAMP? Quais foram as mais expressivas?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e o BH Negócios

- 29- O BH Negócios atende os MEI's. Porque a prefeitura optou por esse seguimento?
- 30- O BH Negócios atua sobre territórios de baixa renda no município. Qual o objetivo da prefeitura com essa ação?
- 31- Sobre as ações do projeto: Mobilizar Lideranças, Formalização, Capacitação e Microcrédito, como elas são operacionalizadas?
- 32- O BH Negócios tem relação com outras secretarias?
- 33- O BH Negócios faz aumentar o número de empreendedores em BH?
- 34- Quais foram os principais resultados?
- 35- Qual a sua visão sobre o empreendedorismo?
- 36- O que BH espera a implementação do BH Negócios?

Sobre os desafios e as potencialidades

- 24- Quais são os principais desafios do BH Negócios para cumprir seus objetivos?
- 25- Caso o BH Negócios possuísse mais recursos (financeiros, humanos, estruturais) algo mais poderia ser feito?
- 26- Qual a relação do projeto BH Negócios com o governo estadual e federal no que se refere à atração de investimentos?
- 27- Destaque a potencialidade que BH tem de promover o empreendedorismo.
- 28- Qual a relação entre a política e as ações do BH Negócios?
- 29- Quais são os planos para o futuro?

APÊNDICE I: ROTEIRO DE ENTREVISTA ASSESSORIA ESPECIAL E COORDENAÇÃO DO BH 2030

Entrevista com roteiro semiestruturado

Objetivo Geral: Compreender a atuação do governo municipal de Belo Horizonte, por meio de políticas públicas, no fomento do empreendedorismo.

Entrevistado: E10_Assessoria especial e coordenação do BH 2030

O BH 2030 é um plano estratégico de longo prazo para Belo Horizonte. Criado em 2009 ele nasceu composto por 6 objetivos estratégicos, 25 Metas e 20 estratégias, atualmente o plano foi revisado e suas metas foram ampliadas, são 7 desafios, 43 metas e 36 estratégias. O BH 2030 conta ainda com 11 áreas para resultados e 5 áreas de sustentação.

A visão de futuro trazida pelo BH 2030 é a de construir uma cidade de oportunidades, sustentável e com qualidade de vida. No que se refere ao empreendedorismo desde seu início o plano estratégico procura ampliar as oportunidades de trabalho e promover um ambiente favorável aos negócios. Esse objetivo se inclui na área de resultado “Prosperidade” que possui alguns projetos sustentadores relacionados à Desburocratização e Melhoria do Ambiente de Negócios, à Promoção de Investimentos e à promoção do Turismo em Belo Horizonte.

Sobre o entrevistado e BH 2030

29- Formação, histórico e tempo de cargo.

30- Como surgiu o BH 2030? Como ele foi construído? Como a preocupação com os negócios entrou para a agenda?

31- Como é a estrutura gerencial do BH 2030?

Sobre o empreendedorismo em Belo Horizonte e o BH 2030

37- O que o governo municipal de Belo Horizonte tem feito para fomentar o empreendedorismo no município?

38- Como Belo Horizonte vê o empreendedorismo?

39- Aonde o empreendedorismo é mais claramente incentivado no BH 2030?

40- Porque BH optou por esses projetos sustentadores? Havia outras ideias?

41- O turismo no eixo prosperidade está relacionado diretamente com o crescimento econômico, houve uma ambição clara de incentivar o empreendedorismo a partir do turismo?

42- Que tipo de negócios BH tem o interesse de atrair? Por quê?

43- Políticas de Inovação e serviços de valor agregado.

Sobre os desafios e as potencialidades

- 30- Quais são os principais desafios do BH 2030 para cumprir seus objetivos?
- 31- A implementação do BH 2030 no que se refere ao eixo prosperidade, está satisfatória para você? Foi um processo tranquilo?
- 32- Relação com as outras unidades federativas.
- 33- Destaque a potencialidade que BH tem de promover o empreendedorismo.
- 34- Qual a relação entre a política e as ações do BH 2030?
- 35- Quais são os planos para o futuro?