

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL E SUAS REDES

Talita Rocha da Silva

Graduanda em Ciências Contábeis,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Raquel Prediger Anjos

Doutoranda em Desenvolvimento Local pela UCDB, Bolsista CAPES/PROSUP;
Mestre em Contabilidade – UFPR
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

O Microempreendedor Individual (MEI) é a categoria de empresa que mais cresce no Brasil. A formalização por meio do MEI promove a valorização do trabalho humano e da livre iniciativa. Entretanto, o MEI precisa de apoio para desenvolver seu negócio. O apoio de pessoas de seu relacionamento, as chamadas “redes”, são importantes na formação de estratégias e possibilitam o desenvolvimento do negócio. A articulação de ajuda entre os MEIs, cria as redes interempresariais, que se transforma em vantagem estratégica em frente à concorrência do mercado. Elas proporcionam o fluxo de informação, que se transformam em conhecimento. Esta pesquisa pretende analisar se a rede de relacionamentos dos MEIs do município de Brasilândia (MS) possibilita o repasse de informações e apoio necessários ao desenvolvimento destes pequenos negócios. A pesquisa é não paramétrica, a coleta dos dados acontece por um questionário estruturado. Foram questionados 49 MEIs do município de Brasilândia em 2019, a análise se dá por estatística descritiva. O resultado da pesquisa aponta para a importância do apoio recebido na manutenção do negócio, tanto das pessoas em geral da rede de relacionamentos dos MEIs, quanto apoio de outros MEIs para as decisões sobre seu empreendimento, concluindo que existe uma Rede entre os MEIs no município. O apoio da família para o negócio também é ocorre e é relevante. Mais da metade deles tem algum MEI na família, possuem negócios interempresariais, onde trocam de favores entre eles.

PALAVRAS-CHAVE: microempreendedor individual; redes; economia; informações.

1 INTRODUÇÃO

As leis de formalização dos pequenos negócios surgiram após um estudo da situação dos autônomos e pequenos empreendedores no país, feita pelo IBGE (IBGE, 2005). A informalidade, apesar de gerar empregos e reflexo no PIB brasileiro (mais de 40%), impedia estes pequenos empreendedores de receber amparo da previdência social, e os mantinha à margem da economia do país, dificultando o desenvolvimento destes negócios (MANGUEIRA, 2013).

Após a evidenciação dessas necessidades sobre os pequenos negócios surgiram as Leis possibilitando benefícios para que os informais se adequassem. Foi criada a Lei Complementar 123/2006 (alterada pelas leis complementares LC 127/2007, 128/2008 e 133/2009), leis responsáveis pela instituição da microempresa (ME), empresa de pequeno porte (EPP) e microempreendedor individual (MEI)

(SEBRAE, 2018).

Nasce assim o MEI, que entra em vigor no Mato Grosso do Sul em 2010, garantindo facilidade de abertura, isenções de taxas, impostos fixos e os direitos previdenciários. O microempreendedor individual é a categoria que mais cresce no Brasil (GEM, 2017). A formalização por meio do MEI promove a valorização do trabalho humano e da livre iniciativa, de acordo com a Constituição Federal artigo 170 a 179, pela facilitação das questões burocráticas, administrativas e previdenciárias. Entretanto, o MEI precisa de apoio para desenvolver seu negócio. Julien (2010) aponta que o apoio de pessoas de seu relacionamento, as “redes”, na formação de estratégias possibilitam o desenvolvimento do negócio.

A pesquisa de Anjos (2011) verificou que os MEIs entrevistados tinham uma expectativa alta no nível de crescimento dos seus negócios, entretanto, não foram encontradas práticas estratégicas empresariais que pudesse favorecer-los diante dessa expectativa. As redes de relacionamento proporcionam a formação de estratégias de desenvolvimento, a partir das informações e apoio que estas oferecem, e desta forma favorecem o fortalecimento dos empreendimentos e também o surgimento de novos negócios, e conseqüentemente promovem o desenvolvimento dos pequenos negócios e da região em que estão inseridos. A pesquisa de Anjos et al. (2017) indica que os MEIs, quando se formalizam, investem mais em seus negócios, ampliam a rede de relacionamentos através da família, em busca do desenvolvimento dos empreendimentos. A partir destas colocações, esta pesquisa pretende responder a seguinte questão: As redes dos MEIs do município de Brasilândia (MS) têm condições de contribuir para o desenvolvimento destes empreendimentos?

Os empreendedores possuem redes de relacionamentos dentro do seu ambiente de negócios e de sua comunidade onde todos estão ligados, ainda que não necessariamente por negócios entre si. Por entre estas redes passam informações, contatos, trocas e favores. As redes são meios de compartilhar conhecimentos e informações em uma determinada região, que são informações úteis e necessárias para qualquer negócio. São as relações mercantis e não-mercantis, sociais e profissionais (PECQUEUR, 2005).

Muitos empreendedores preferem adquirir informações por meio de relações com pessoas que vivem em seu meio ao invés de contatar pessoas de referência ou

por meio de canais informativos, muitas vezes gratuitos. Apesar disso, se as informações repassadas são úteis e significativas, transformam sua rede de relacionamentos em uma rede inteligente.

O resultado proporcionado por redes inteligentes acessíveis torna-se a base necessária para o desenvolvimento do negócio pois agregam conhecimento ao empreendedor, tanto em forma de melhoria de produto ou serviço, como de novas formas de venda, produção ou gestão, ou seja, repassando possibilidades de inovação (JULIEN, 2010). Este autor ainda afirma que quando existem nas redes informações úteis, ela proporciona a geração da inovação.

Estas redes evoluem de acordo com a velocidade que se reúnem novos membros e a dedicação quanto ao objetivo. Elas são a base sobre a qual se desenvolve o capital do empreendimento, podem favorecer ou não, desde que estejam abertas a aperfeiçoamentos dos seus conhecimentos variados e busca da qualidade. Essa transmissão de informações proporciona um aprendizado em conjunto (JULIEN, 2010).

Elas permitem que se desenvolvam vários setores da empresa uniformemente e que responda à necessidade de diminuir as dúvidas que às vezes são difíceis de sanar ou até mesmo informações que ainda não foram procuradas, admitindo muitas possibilidades ou oportunidades de inovar, ou seja, se diferenciar dos demais no processo da tomada de decisões estratégicas do negócio. A distinção dos demais negócios depende do nível de recursos e conhecimentos acumulados pelo empreendedor, da capacidade de aprendizado, vontade de se atualizar e colocar em prática. Também pode ocorrer de forma individualizada ou em conjunto (JULIEN, 2010).

As redes são passagens para uma estrutura de dados que permitem filtrar e aproveitar as informações desejadas. Funcionam também como vantagem em relação ao concorrente, pois muitos empreendedores se conhecem entre si e percebem as necessidades dos outros em relação à inovação e continuidade de seu negócio (JULIEN, 2010).

Birley (1985) trata as potenciais informações da rede como uma segurança para apoio à decisão e a ação. Visto sua importância, percebe-se a necessidade de existirem redes locais que atinjam os pequenos negócios, pois estes precisam de forças para se manter diante da concorrência com grandes empresas,

consequentemente, ocorrerá a valorização da economia local, gerando oportunidades, empregos e melhorias na economia. A começar no local onde estão inseridos, as redes conectam-se entre si escalonando à comunidade, ao município, outras cidades e regiões, refletindo em nível nacional.

É difícil dizer da tamanha importância das redes, já que muitos negócios ainda desconhecem esse método direto, o que dificulta um pouco a velocidade do seu desenvolvimento. Mas nos últimos tempos, elas vêm criando força, pois o empreendedor vê a oportunidade no conhecimento e compartilhamento de informações que nutrem e assim, se desenvolvem de uma forma muito mais rápida também já imaginando que com isso, adquirirá uma melhor experiência para lidar tanto com o sucesso do negócio. As redes proporcionam soluções para melhorar o rendimento de negócio, aliada à persistência e o saber (informações, conhecimento ou experiência) de outros empreendedores que já passaram pelas mesmas fases, e que mantendo os objetivos e conhecimento ao longo dos anos garantiram a continuidade do negócio (JULIEN, 2010).

É preciso levar em consideração também que, mesmo que haja interligação de redes em determinadas regiões ou territórios, não se pode garantir sempre um resultado positivo gerado por elas. O bom resultado, segundo Julien (2010) depende da qualidade de uma rede. Esta qualidade se mede por meio dos vínculos, tamanho, densidade e diversidade, e isto pode garantir uma rede com informações de sustentação ricas e confiáveis.

As redes socioeconômicas de compartilhamento de informações possuem muitas classificações: pessoais, voluntárias, comerciais, políticas e etc. As pessoais se baseiam em trocas de conhecimentos por pessoas que são próximas e de confiança; as voluntárias, que são desenvolvidas para gerar informações sobre áreas cada vez mais complexas e carentes de informações; as comerciais são formadas a partir do local em que estão inseridas, pois estão próximas e procuram se apoiar e ainda, as políticas, que geralmente são formadas para obter monopólio e beneficiar-se de alguma forma. Mas, basicamente as redes se dividem em dois grupos: de negócios e pessoais (JULIEN, 2010).

As redes de negócios são formadas por interesses de transações econômicas que envolvem fornecedores, matéria-prima, produtos acabados ou semiacabados, peças, etc. Quando há uma ligação eficiente, se obtém não apenas dados cotidianos,

mas dados inovadores por exemplo informações de fornecedores sobre aumento de preços do produto, o que fará o empresário estocar produtos, o que garantirá economia e que desenvolva melhor seu negócio (JULIEN, 2010).

As redes pessoais contam com a equipe de trabalho, os empresários e colaboradores indispensáveis ao negócio, que podem ser próximos ou ampliada (família, amigos, clientes e etc.). Envolvem pessoas com que o empreendedor tem ótimos vínculos e confia inclusive para debater sobre a regularidade e desenvolvimento de seu negócio. Serve também para um conselho de sua administração ou somente quando necessário, testar ideias novas, pesquisa de opinião e sobre evolução da empresa (JULIEN, 2010).

As informações repassadas nas redes podem compreender também orientação de centro de pesquisas, os programas de ajuda governamentais, o que permite que inovem, aumentem seus lucros e estimulem competitividade.

Granovetter (1982) diferencia as redes em laços fortes e fracos. A primeira são as relações mais frequentes, o que concede grande confiança na informação repassada, já a segunda se apoia em encontros ocasionais, demandando esforços para a compreensão das informações recebidas e a necessidade de confirmá-las junto as outras fontes. No sentido informacional é preferível coletar referências de ambos os laços, segundo o autor. Claro que grande parte das informações vem dos laços fortes, pois são pessoas de confiança e são entendidas mais facilmente.

Os sistemas de redes devem evoluir, renovar-se regularmente, podem substituir ou acrescentar novos membros, formando novas redes não só visando informações que irão desenvolver suas empresas em níveis locais, mas para fora de sua região, gerando visualizar oportunidades novas. As redes trazem diversas vantagens, tais como a previsão e percepção de mudanças no mercado, ampliação de recursos adicionais, combinação e acréscimos de conhecimento novos e recentes, criação de novos laços com fontes de informação (JULIEN, 2010).

As redes possuem diversos tipos de graus de ligações, começando pelas primárias que são diretamente ligadas (diretas), ou secundárias (indiretamente), que são intermediadas por membros de sua rede mais próximos. Ela se amplia a medida que existe a necessidade de encontrar alguém que possa responder suas questões com maior segurança. A informação é recebida e depois conferida com dados mais precisos, respostas completas, e novamente repassadas permitindo uma estrutura de

rede mais alinhada, organizada e rica de informações. Esta melhoria contínua proporciona a redução de busca de soluções para problemas os quais ainda nem possuíam ou conheciam e que impediria a inovação do negócio. A capacidade de uma rede de permitir obter, absorver e transmitir informações depende de ser adequada e compatível com os problemas ou dificuldades expostas (JULIEN, 2010).

Os vínculos são diversos. E não são definidos pela quantidade, mas sim pela qualidade do conteúdo abordado. Quantidade não é a chave para a formação de uma boa rede, mas sim a diversidade, pois costuma gerar informações, inovações e ideias novas. A diversidade pode também trazer muitas dúvidas, deixando o empreendedor com poucas bases de conhecimento e sem apoio consistente para pôr em prática.

Há ainda os vínculos interempresariais, ou seja, as redes entre empreendedores, que no caso de pequenos negócios, segundo Granovetter (1982), auxiliam na solução de dúvidas em comum, promovem aperfeiçoamento e crescimento em conjunto. A proximidade com outros empreendedores da mesma categoria tem como objetivo o compartilhamento, apoio mútuo para gerar esforços e nutrir o entusiasmo no que estão realizando.

A formação das redes interempresariais entre pequenos negócios é vista como uma das grandes soluções encontradas por estes para manter se no mercado competitivo, como também promover a eficiência coletiva (DRUCKER, 1987). Somente seus recursos internos não os colocam em posição de competição, ao contrário, as redes garantem sua auto sustentabilidade, transformando este recurso externo como um recurso interno (GULATI, 1999). As redes são um recurso típico de pequenos negócios.

Os laços formados não são necessariamente comerciais, a rede é um complemento que interfere na qualidade de produção, distribuição, marketing e de desenvolvimento (RIBAUT; MARTINET; LEBIDOIS, 1995). Julien (2010) afirma que a família exerce o papel na pequena empresa de ampliar contatos relevantes, estender a rede de relacionamentos, proporcionando maior troca de informações e aporte de recursos financeiros, também defendido por Machado (2016).

É muito importante produzir novos conhecimentos quando se trata de crescer o negócio, mas é preciso analisar, adaptar e converter algumas informações para que sejam uteis de acordo com as necessidades específicas de cada negócio, principalmente em países que se encontram em desenvolvimento (ALBAGLI, 2006).

A informação absorvida, adaptada e utilizada gera conhecimento. O conhecimento coletivo, não é simplesmente a soma de conhecimentos, mas uma aliança para comunicação entre os atores e elemento essencial na troca de experiências, análises e entendimentos (ALBAGLI, 2006).

A formação das redes acontece entre pessoas que buscam objetivos em comum (DESIDÉRIO; POPADIUK, 2015). Elas promovem vantagens econômicas por meio das relações mercantis e não-mercantis que favorecem a dinâmica de ajuste dos conhecimentos apreendidos à realidade. Também facilita a política de busca de mercados para seus produtos e serviços específicos, de modo a lhes garantir vantagem competitiva. Nesse processo, as condições para as soluções inovadoras são construídas pelos próprios atores nos contextos territoriais locais, para responder de forma ajustada às suas necessidades específicas de desenvolvimento (PECQUEUR, 2005).

2 OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa é analisar se a rede de relacionamentos dos MEIs do município de Brasilândia (MS) possibilita o repasse de informações e apoio necessários ao desenvolvimento destes pequenos negócios.

3 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa é do tipo exploratória, por ser um tema pouco abordado, e é a opção para estudos iniciais para se obter uma visão geral acerca de determinados fatos (GIL, 2002), onde inicia-se pelas pesquisas bibliográficas, de livros e artigos científicos, que tratam sobre o tema. Será complementado pela aplicação de um questionário que, segundo Gil (1999, p.128) pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.” o questionário é uma adaptação da pesquisa já aplicada, em 2019, por Anjos e Le Bourlegat (2019) sobre MEIs no município de Três Lagoas.

O campo de pesquisa é o município de Brasilândia, no estado de Mato Grosso do Sul. E o objeto de estudo os Microempreendedores Individuais (MEIs) deste

município. A pesquisa é não paramétrica, pois a seleção da amostra dos questionados se dá de forma intencional, entre os MEIs localizados e que se prontificam a responder.

A coleta dos dados acontece por um questionário estruturado, aplicado via formulário *Google Form*. Foram questionados 49 MEIs do município de Brasilândia. As informações da pesquisa irão retratar os fatos ocorridos no ano de 2019. A análise se dá por estatística descritiva.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

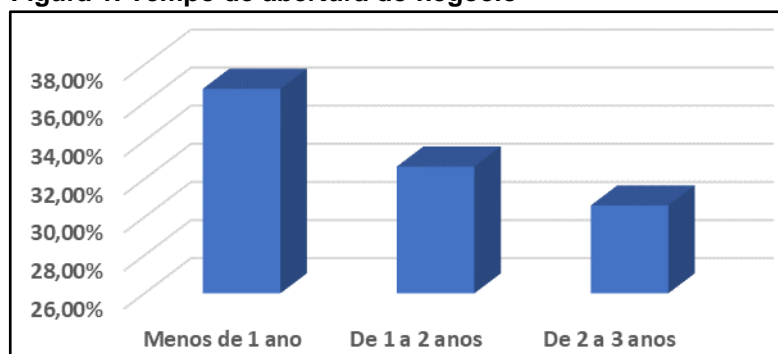
Em Brasilândia (MS), onde foi realizado o estudo, o número de MEIs no município em 31/07/2019 era de 380 de acordo como Portal do Empreendedor (2019). A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa aplicada por meio de formulário neste município para investigar a importância das redes neste município.

Neste município não há nenhuma entidade de apoio ao empreendedor gratuito que gere informação a estes empreendedores localizado nesta cidade, estes então buscam contadores, informações com outros MEIs e na internet para se formalizar.

4.1 Importância das Redes no Município de Brasilândia

Primeiramente, foram investigados o tempo de abertura do negócio. Aproximadamente 37% abriram sua empresa nestes últimos 12 meses, 33 % abriram entre 1-2 anos e 30% entre 2-3 anos (Figura 1). Nenhum dos questionados tem seus negócios formalizados há mais de 3 anos, apesar da legislação estar em vigor desde 2010, no Estado.

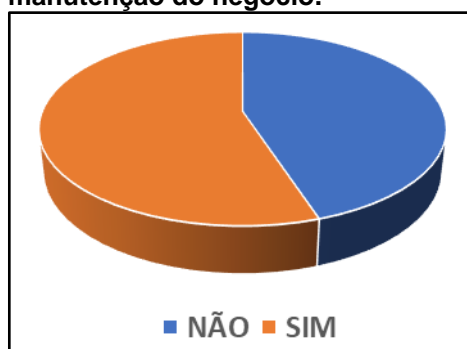
Figura 1. Tempo de abertura do negócio



Fonte: Elaborado pelos autores.

O apoio para manutenção do negócio é considerado importante para 55% dos empreendedores que responderam o questionário (Figura 2). Alguns aliam-se a outros empresários para manter-se no mercado, as redes são fundamentais para a continuidade da empresa. As redes locais são compostas por relações diretas entre eles, através de troca mercadorias, indicação para seus clientes quanto a produtos e ou serviços oferecidos por outro MEI, fornecedores com preços menores e também a ajuda de familiares, sendo que alguns também são MEIs e apoiam o negócio um do outro.

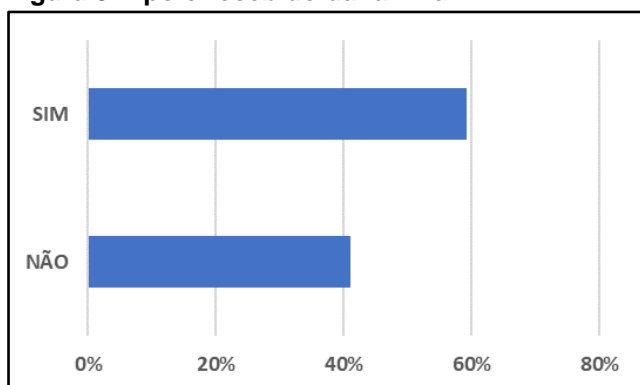
Figura 2. Apoio recebido para manutenção do negócio.



Fonte: Resultado da pesquisa (2019).

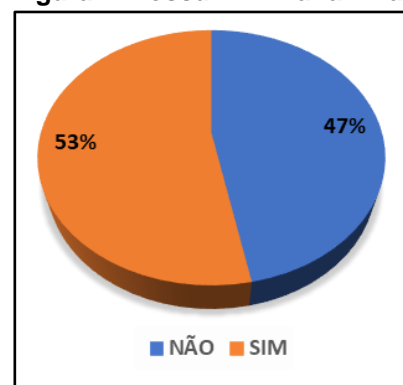
Confirmando a necessidade de apoio de outras pessoas para o negócio, por meio de informações, recursos financeiros, favores e negociações, todos os questionados acreditam que não seria possível manter o negócio sem apoio. Deste apoio recebido, 55,56% recebem apoio de outros MEIs, comprovando que já existe uma Rede entre eles.

Figura 3. Apoio recebido da família.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 4. Possui MEI na família.



Fonte: Elaborado pelos autores.

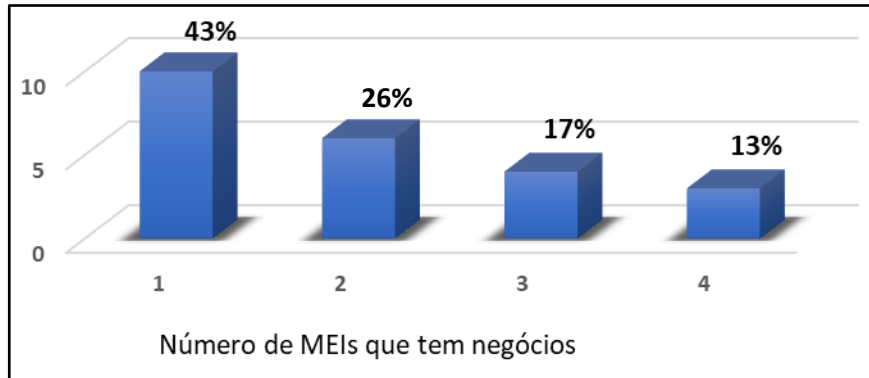
O apoio da família tem papel importante no desenvolvimento da pequena

empresa. Julien (2010) afirma que a família amplia estende a rede de relacionamentos, em busca de contatos relevantes, troca de informações e aporte de recursos financeiros. Desta forma, buscou-se investigar sobre o apoio da família recebido para o negócio. O resultado da Figura 3 demonstra que este apoio existe em aproximadamente 60% dos negócios investigados.

Ainda se investigou a existência de outros MEIs na família dos questionados. A maioria (53%) possuem outros MEIs na família e 47% não (Figura 4).

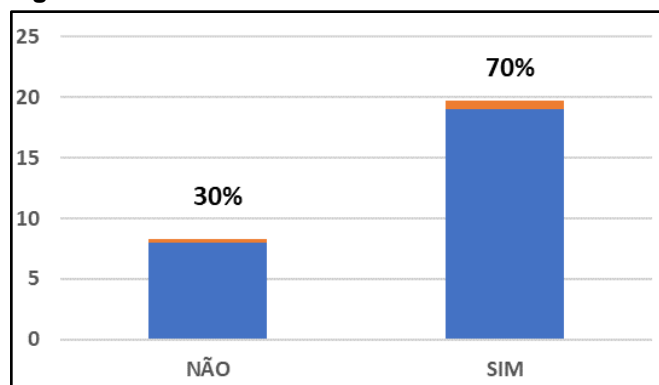
Em suas redes, os empreendedores podem promover negócios entre si, como também trocas, de informações, troco, mercadorias, bem como aperfeiçoar conhecimentos variadas e melhoria na qualidade, o que promove aprendizado em conjunto (JULIEN, 2010). Visando verificar se existe rede entre os empreendedores questionou-se se os MEIs de Brasilândia têm negócios com outras pessoas ou outros pequenos empreendimentos. Dentre eles, aproximadamente 53% responderam que sim e 47% afirmam que não. Então investigou-se ainda se eles tinham negócios com outros MEIs. O resultado varia entre 1-4 MEIs, conforme a Figura 5.

Figura 5. Negócios outros MEIs



Fonte: Resultado da pesquisa (2019).

Figura 6. Troca de favores entre MEIs.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa apontou também que 55% dos MEIs que responderam o questionário afirmaram existir troca de favores entre eles e outras pessoas de forma que isto favorece para manter seu negócio. Destes que trocam favores, aproximadamente 70% trocam entre MEIs, fortalecendo sua rede e seu negócio (Figura 6).

5 CONCLUSÕES

Os estudos das redes locais mostram que há grande busca de meios para obter informações e cooperações, principalmente para os pequenos empreendimentos serem autossustentáveis. A parceria entre os MEIs acontece pela necessidade e pelo fácil acesso, não só na abertura do negócio, mas também para busca de ferramentas que possibilitam a continuidade do negócio. A articulação de ajuda entre os MEIs cria as redes interempresariais, que se transforma em vantagem estratégica em frente à concorrência do mercado. Elas proporcionam o fluxo de informação, que se transformam em conhecimento.

O resultado da pesquisa aponta para a importância do apoio recebido na manutenção do negócio (55%) e a mesma proporção recebe apoio de outros MEIs nas decisões sobre seu empreendimento. Pode-se concluir que existe uma Rede entre os MEIs no município. O apoio da família para o negócio é recebido por 60% dos investigados. Interessante ainda é que 53% dos MEIs investigados possuem outro MEI na família.

Os negócios interempresariais, inclusive entre MEIs acontecem em 53% dos casos estudados. A troca de favores entre eles e outras pessoas também acontece em 55% dos casos, sendo que aproximadamente 70% trocam favores entre MEIs, o que fortalece sua rede e seu negócio.

O investimento no crescimento e qualidade das redes traz benefícios econômicos ao empreendedor e para a localidade, pois trazem inovação e fortalecimento aso pequenos negócios.

A formação de redes estratégicas motiva e fortalece os negócios já existentes e o surgimento de novos, basicamente é que o move o desenvolvimento local, o que justifica o incentivo maior para formações de novas redes estratégicas. Este é um tema a se investigar e explorar com mais profundidade.

REFERÊNCIAS

ANJOS, R. P. Fatores gerenciais que influenciam o acesso ao crédito: um estudo à luz da lei do empreendedor individual. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Paraná, 2011.

ANJOS, R. P.; JESUS, M. C.; PANHOCA, L.; CLEMENTE, A. Condicionantes para o crescimento dos empreendedores individuais formais e informais. Revista InterAtividade, Andradina, SP, v. 5, n. 1, 1º sem., 2017.

ANJOS, R. P.; LE BOURLEGAT, C. A. Sociedade em Rede: Um estudo das relações entre os MEIs no município de Três Lagoas. VII Seminário dos Povos Indígenas e Sustentabilidade. Compo Grande, UCDB: set. / 2019.

ALBAGLI, S. Conhecimento, inclusão social e desenvolvimento local. v. 1, n. 2. Inclusão Social: Brasília, abr./set. 2006.

BIRLEY, S. The role of networks in the entrepreneurial process. Journal of Business Venturing, v.1, n.1, p. 107-117, 1985.

BRASIL. Lei complementar 128: cria o Microempreendedor Individual (MEI). 2008.

DESIDÉRIO; POPADIUK. Redes de inovação aberta e compartilhamento do conhecimento: aplicações em pequenas empresas. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 12, n.2, p. 110-129, abr./jun. 2015.

DRUCKER, P. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1987.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo, 2017.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: a network theory revisited. Sociological Theory, v. 1, p. 201-233, 1983.

GULATI, R. Network location and learning: the influence of network resources and firm capabilities on alliance formation. Strategic Management Journal, v. 20, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Economia informal urbana:

2003. Rio de Janeiro: IBGE, 2005. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003/ecinf2003.pdf>> Acesso em: 07/09/2011.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2010.

MACHADO, H. P. V., Crescimento de pequenas empresas: Revisão de literatura e perspectivas de estudos, v. 23, n. 2, Revista Gestão de Produção. São Carlos: 2016.

MANGUEIRA, I. M. Estimativa do Tamanho e Desenvolvimento das Economias Informais para 21 Países das Américas do Sul e Central: Estudo de Caso do Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso, Graduação em Ciências Econômicas da Universidade Católica de Pernambuco, 2013.

PECQUEUR, B. O Desenvolvimento Territorial: Uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul, v. 24, n. 1 e 2. Revista Raízes. Campina Grande: jan/dez, 2005.

RIBAUT, M.; MARTINET, B.; LEBIDOIS, D. A gestão das tecnologias. Coleção gestão & inovação. Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1995.

SEBRAE. Lei geral das Micro e Pequenas empresas. 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/historico-da-lei-geral,8e95d6d4760f3610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19/04/2019.