



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL**  
**CAMPUS CERRO LARGO**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**RAQUEL BARRAGAN MINOSSO**

**A FORMALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARTESANATO**  
**NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO - RS**

**CERRO LARGO**

**2017**

**RAQUEL BARRAGAN MINOSSO**

**A FORMALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARTESANATO  
NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO - RS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti  
Fernandes

**CERRO LARGO  
2017**

## **PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas**

Minosso, Raquel Barragan

A formalização das micro e pequena empresas de artesanato no município de Cerro Largo - RS/ Raquel Barragan Minosso. -- 2017.

66 f.:il.

Orientadora: Denise Medianeira Mariotti Fernandes.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Administração, Cerro Largo, RS, 2017.

1. Formalização de micro e pequenas empresas. 2. Empreendedorismo. 3. Artesanato. I. Fernandes, Denise Medianeira Mariotti, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

**RAQUEL BARRAGAN MINOSSO**

**A FORMALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE  
ARTESANATO NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul

Orientadora: Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes

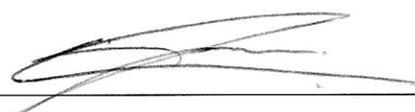
Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em:

29/11/17

BANCA EXAMINADORA

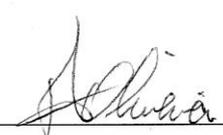


Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes – UFFS



---

Prof. Dr. Carlos Eduardo Ruschel Anes - UFFS



---

Prof. Me. Fabricio Costa de Oliveira - UFFS

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a DEUS, que nos deu a oportunidade da vida e que foi a minha força para enfrentar todas as dificuldades encontradas no desenvolvimento deste trabalho. Agradeço ainda porque sei que todas as conquistas e realizações de minha vida são alcançadas pela graça d'Ele.

Aos meus pais, Jane e Airton, que foram os primeiros a acreditar no meu sonho e que me ensinaram o valor do conhecimento. Agradeço aos meus queridos irmãos Janice, Gelson e Regina, por acreditarem em mim, desde que comecei o Curso de Administração.

Ao meu amado esposo, Eduardo, que me apoiou e incentivou, na busca por um futuro melhor, que compreendeu e compartilhou comigo todas as angústias. Essa conquista é nossa, meu amor!

Aos meus queridos sogros, Nelson e Leila, pelo encorajamento que me deram. Agradeço às minhas queridas amigas Fabíola, Seméia e Tatiane pelo companheirismo e amizade.

Sou grata pela oportunidade de realizar este curso e à Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS. Agradeço em especial à orientadora do presente estudo, Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes, pela dedicação e auxílio na sua realização. Agradeço pela sua imensa compreensão e atenção dedicada em todas as orientações para a construção deste trabalho.

Muito obrigada!

## RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo sobre as vantagens e desvantagens que as empresas têm de formalizar seus empreendimentos. Nesse contexto, identificou-se como objetivo de pesquisa analisar a influência da formalização das micro e pequenas empresas de artesanato no município de Cerro Largo – RS, no aumento do número de clientes e no crescimento da produção sob a percepção do gestor. Considerando o objeto de estudo, verificou-se a possibilidade de realizar uma pesquisa de abordagem qualitativa e de natureza descritiva, feita através de uma entrevista para verificar a percepção dos gestores. Constatou-se, junto à Associação dos Artesãos e Artistas Plásticos de Cerro Largo (APCEL), que existem no município vinte e duas empresas de artesanato legalizadas, dentre as quais optou-se, de maneira convencional, por realizar a pesquisa em todas as empresas localizadas no centro do município, que são cinco. Os resultados obtidos demonstram que a formalização das micro e pequenas empresas de artesanato no município refletiram, conforme estimativa feita pelos artesãos, influência na produção e no aumento de clientes atingidos por elas. De modo geral, observa-se que os gestores podem explorar e usar, de maneira mais ampla, documentos de controle interno para obter uma profissionalização de seu empreendimento e, assim, crescer com solidez e êxito no seu ramo de atividade.

**Palavras-chave:** Empreendimentos. Formalização. Artesanato.

## ABSTRACT

This paper presents a study about the advantages and disadvantages that companies have to formalize their enterprises. In this context, it was identified as a research objective to analyze the influence of the formalization of micro and small handicraft companies in the municipality of Cerro Largo - RS, in the increase of the number of clients and in the growth of production under the manager's perception. Considering the object of study, it was verified the possibility of conducting a qualitative approach research and of the descriptive nature, done through an interview to verify the perception of the managers. It was found, together with the Association of Artisans and Plastic Artists of the Cerro Largo (APCEL), that there are twenty-two legalized handicraft companies in the municipality, among which it was decided, in a conventional manner, to carry out the research in all companies located in the center of the municipality, which are five. The results obtained show that the formalization of micro and small handicraft companies in the municipality reflected, as estimated by the artisans, influence on the production and the increase of clients reached by them. In general, it is observed that managers can more widely explore and use internal control documents to obtain a professionalization of their enterprise and thus grow solidly and successfully in their activity field.

**Keywords:** Entrepreneurship. Formalization. Crafts.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Funções Organizativas e Definições.....	19
Quadro 2 – Elementos que influenciam a demanda do consumidor .....	21
Quadro 3 – Fatores que influenciam a oferta .....	22
Quadro 4 – Valores do empreendedor .....	25
Quadro 5 – Classificação de empresas por pessoas ocupadas.....	27
Quadro 6 – Classificação das empresas por receita operacional bruta anual .....	28
Quadro 7 – Vantagens e desvantagens da formalização para o MEI .....	30
Quadro 8 – Principais partes da entrevista aos gestores das empresas de artesanato.....	36
Quadro 9 – Definição e perspectiva do artesanato para o futuro, conforme percepção dos empreendedores entrevistados.....	40
Quadro 10 – Artesanatos comercializados pelas empresas .....	39
Quadro 11 – Motivo que levou o empreendedor a ser um (a) artesão (ã) .....	42
Quadro 12 – Tempo de atuação e formalização no ramo de artesanato .....	43
Quadro 13 – Crescimento de clientes em períodos específicos do ano.....	45
Quadro 14 – Fatores que influenciaram o artesão a buscar a formalização da empresa .....	46
Quadro 15 – Vantagens percebidas pelo gestor da formalização .....	47
Quadro 16 – Desvantagens percebidas pelo gestor após a formalização .....	49

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porte das empresas. ....	39
Gráfico 2 – Escolaridade dos gestores.....	39
Gráfico 3 – Percepção do(a) artesão(ã) em relação ao número de clientes. ....	44
Gráfico 4 – Aumento do número de clientes em períodos específicos do ano.....	46
Gráfico 5 – Estimativa da quantidade de produtos produzidos após a formalização. ....	50
Gráfico 6 – Número de trabalhadores após a formalização da empresa. ....	49
Gráfico 7 – Pessoas ocupadas e pessoas ocupadas assalariadas.....	50

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
1.1	TEMA .....	13
1.2	PROBLEMA .....	13
1.3	OBJETIVOS .....	14
<b>1.3.1</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.2</b>	<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>14</b>
1.4	JUSTIFICATIVA .....	14
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>16</b>
2.1	CARACTERIZAÇÃO DO ARTESANATO E O ARTESANATO NO RIO GRANDE DO SUL .....	16
2.2	PROGRAMA GAÚCHO DO ARTESANATO (PGA) .....	17
2.3	ADMINISTRAÇÃO.....	18
2.4	A ORGANIZAÇÃO DAS EMPRESAS .....	22
2.5	EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR NO BRASIL.....	24
2.6	FORMALIZAÇÃO DAS EMPRESAS.....	26
2.7	CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS NO BRASIL.....	27
2.8	VANTAGENS E DESVANTAGENS DA FORMALIZAÇÃO.....	29
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>32</b>
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	32
3.2	NATUREZA DA PESQUISA.....	33
3.3	POPULAÇÃO-ALVO DA PESQUISA.....	34
3.4	PLANO DE COLETA DE DADOS.....	35
3.5	PLANO DE ANÁLISE DE DADOS .....	36
3.6	ASPECTOS ÉTICOS .....	37
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1	DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS E DOS ARTESÃOS EMPREENDEDORES .....	38
4.2	DESCRIÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO ARTESANATO A PARTIR DA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR.....	42
4.3	EFEITO DA FORMALIZAÇÃO NO AUMENTO DO PERCENTUAL DE CLIENTES DAS EMPRESAS DE ARTESANATO SOB A PERCEPÇÃO DO GESTOR.....	43

4.4	FATORES QUE INFLUÊNCIAM O ARTESÃO A BUSCAR A FORMALIZAÇÃO E AS VANTAGENS E DESVANTAGENS PERCEBIDAS APÓS A FORMALIZAÇÃO.....	46
4.5	ESTIMATIVA RELACIONADA À PRODUÇÃO DE PRODUTOS ARTESANAIS .....	50
4.6	INFLUÊNCIA NO NÚMERO DE TRABALHADORES CONTRATADOS ANTES E APÓS A FORMALIZAÇÃO .....	51
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>54</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>55</b>
	<b>APÊNDICE A - Entrevista para o (a) artesão (ã).....</b>	<b>61</b>
	<b>APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para Artesão(ã).....</b>	<b>63</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, há um grande número de empreendimentos informais, tanto que nem o próprio Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE consegue registrar com precisão (SILVEIRA e TEIXEIRA, 2011). Os motivos dessa informalidade são diversos e as áreas ocupadas por empreendedores informais são variadas, abrangendo os mais distintos modelos de negócio.

A falta de oportunidade no mercado de trabalho contribui para que a informalidade venha a atingir essa proporção. Dessa falta de oportunidade surgem empreendedores que buscam não somente uma nova ocasião favorável, mas que também querem algo inovador e capaz de transformar realidades. Diante disso, Mendes (2009) observa que, geralmente, o espírito empreendedor, inovador e transformador é despertado quando há uma experiência negativa que as pessoas enfrentam no mercado de trabalho.

Para Dornelas (2008, p. 23) “o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas”. Compreende-se, dessa forma, que a criação de novos mercados, de algo novo e único é uma particularidade dos empreendedores.

O difícil no Brasil não é abrir um novo negócio por conta própria, mas sim, como ressalta Mendes (2009, p. 86), “enfrentar a concorrência, a carga tributária, a pressão dos consumidores por preços menores e mais qualidade, a falta de capital de giro e a insatisfação dos funcionários com salários e benefícios”. No entanto, é possível encontrar diversos empreendedores dispostos a resolver todos esses problemas com certa facilidade, por sua dedicação.

Segundo Silveira e Teixeira (2011, p. 226) existem fatores que são determinantes para que os pequenos empreendedores se sintam desestimulados para se formalizarem, como “alto custo da legalização, a falta de informações, baixa capacidade para arcar com os custos de impostos”. Esses fatores, muitas vezes, tornam-se, um fator negativo para as empresas brasileiras, pois exigem das empresas organização e planejamento, o que acaba por dificultar o trabalho e se apresentar como uma barreira para ser superada.

No entanto, conforme Dos Santos Estuman e Santos (2015), essa informalidade gera impacto para a economia brasileira e afeta diretamente as empresas que trabalham na formalidade, pois se estabelece uma situação de concorrência desleal. Sendo assim, o fator

informalidade gera para as empresas formalizadas um desfalque na hora de comercializar seus produtos ou serviços, posto que um empreendimento informal não trabalha com as mesmas condições das empresas formais. Frente a isso, verifica-se que há vantagens em ser uma empresa formalizada, contudo as desvantagens também se fazem presentes no contexto.

Por se tornar difícil a formalização dessas empresas, tanto do ponto de vista financeiro como do ponto de vista burocrático, o Governo Federal criou a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que dispõe sobre normas gerais referentes ao tratamento singularizado e beneficiado a ser dispensado às empresas de menor porte. Essa Lei evidencia o que é e como se enquadram as Micro Empresas - MEs e as Pequenas Empresas - PEs, definindo o abarcamento no Simples Nacional que, por sua vez, é um sistema de simplificação no arrecadamento de impostos, que visa facilitar o recolhimento de tributos.

No estado do Rio Grande do Sul, as pequenas empresas prosseguem com resultados positivos de empregos formais (SEBRAE, 2013). Verifica-se que no município de Cerro Largo - RS, a maioria dos empreendimentos é de Micro e Pequenas Empresas, como as empresas de artesãos, costureiras, agronegócios, cabeleireiros, entre outros.

Diante disso, observa-se a necessidade de verificar as vantagens e as desvantagens que as empresas têm ao formalizar seu empreendimento. Buscou-se, ainda, analisar a influência da formalização no aumento do número de clientes e no crescimento da produção, sob a percepção do gestor do empreendimento.

Com o intuito de identificar essas situações, a proposta foi de buscar, em campo, informações necessárias para desenvolver um estudo de caso, observando uma classe específica de trabalhadores. A classe analisada foi a dos artesãos, pois, além de ser uma fonte de renda, em boa parte da região Noroeste do estado, é também uma maneira de expressão cultural.

O artesanato consiste, segundo o Programa do Artesanato Brasileiro (2012), em toda produção que resulta da transformação de matéria prima, através de trabalho manual, por indivíduos que detenham habilidade e criatividade para tal. As peças de artesanato representam uma forma de expressão cultural, uma vez que proporcionam o reconhecimento de comportamentos de determinada região.

Sendo assim, o trabalho teve o propósito de investigar como acontece o processo de formalização das empresas de artesanato. Para isso, foi indispensável a concretização de um

detalhado estudo, buscando sanar e criar caminhos para elucidar o problema do objeto de estudo.

O presente trabalho divide-se em seções para facilitar a compreensão, entendimento e apresentar uma sequência lógica dos fatos pesquisados. A primeira seção é a introdução, que aborda o tema de maneira geral, a segunda é a caracterização das organizações que se pretende estudar, enquanto o referencial teórico, que traz embasamento conceitual para o tema discutido é tratado na terceira parte; e a quarta seção demonstra a metodologia utilizada para a realização do trabalho. A seção cinco trata da análise dos resultados, na qual são discutidas as informações mais relevantes constatadas por meio da pesquisa; por fim, são abordadas as considerações finais obtidas através do trabalho.

## 1.1 TEMA

Cervo e Bervian (2002, p. 81) afirmam que “o tema de uma pesquisa é qualquer assunto que necessite melhores definições, melhor precisão e clareza do que já existe sobre o mesmo”. Dessa maneira, a pesquisa foi fundamentada partir do tema, que é a formalização das micro e pequenas empresas do setor de artesanato no município de Cerro Largo - RS.

## 1.2 PROBLEMA

Observando o fato de que existem, ainda, muitas empresas que não estão devidamente formalizadas ou atuando de maneira legal, surge a necessidade de observar alguns fatores que a formalização proporciona para as empresas, tais como vantagens, desvantagens, entre outros aspectos.

Com isso, tratou-se como problema de pesquisa: qual a influência da formalização das micro e pequenas empresas de artesanato no crescimento da produção, no aumento de clientes e na geração de empregos no município de Cerro Largo - RS, de acordo com a percepção do gestor do empreendimento?

### 1.3 OBJETIVOS

Para a realização do trabalho de curso foram elencados objetivos que serviram como o norte da pesquisa, dessa forma toda a pesquisa buscou responder a esses objetivos, aos quais a pesquisadora se propôs investigar.

#### 1.3.1 Objetivo Geral

Lakatos e Marconi (1989, p. 102) definem que o objetivo geral “está ligado a uma visão global e abrangente do tema. Relaciona-se com o conteúdo intrínseco, quer dos fenômenos e eventos, quer das ideias estudadas. Vincula-se diretamente à própria significação da tese proposta no projeto”.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar a influência da formalização das micro e pequenas empresas no aumento do número de clientes e no crescimento da produção das empresas de artesanato, na percepção do gestor do empreendimento.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

Conforme Lakatos e Marconi (1989, p. 102), os objetivos específicos “apresentam caráter mais concreto. Têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar este a situações particulares”. Dessa forma, os objetivos específicos do trabalho de pesquisa foram:

- ✓ Verificar a influência da formalização sobre os clientes de produtos artesanais;
- ✓ Descrever o efeito da formalização sobre a produção das empresas de artesanato;
- ✓ Verificar a influência do aumento de clientes e da produção após a formalização das MEs e das PEs do setor de artesanato na geração de empregos no município de Cerro Largo.

### 1.4 JUSTIFICATIVA

O estudo sobre o tema é distinto, porque se trata de contexto pouco explorado, podendo, desse modo, tornar-se fonte de investigação futura para o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos na área em questão. Justifica-se, então, a realização deste trabalho, por trazer a estudos acadêmicos um assunto de ordem prática do dia a dia do processo de

legalização e formalização de empreendimentos. Quando o assunto “formalização” é abordado, algumas dificuldades são encontradas no que tange à quantidade de material preparado para a realização de um estudo aprofundado.

Um aspecto relevante que levou ao desenvolvimento desta pesquisa é que, segundo Marolli (2011), as MEs e PEs ganham força no Brasil com o surgimento da globalização, que traz muitos avanços tecnológicos. Com esses avanços tecnológicos, a mão de obra humana passa a ser substituída. Muitas dessas pessoas que saem do mercado formal criam novas empresas.

Observando o fato de que novas empresas vêm surgindo a cada dia, é possível questionar: quantas dessas empresas realizam o processo de formalização? Segundo Dolabela (2008), o empreendedor é um ser ávido, que transforma seu inconformismo em inovação e propostas positivas para si mesmo e para outros. Sendo assim, quando há falta de oportunidades no mercado de trabalho, alguns indivíduos decidem investir em sua própria ideia, criando seu próprio negócio. Porém, muitos deles, por diversos motivos, não conseguem legalizar ao mesmo tempo em que abrem seu negócio, o que origina um número exorbitante de empresas informais.

Na intenção de ponderar sobre as vantagens e desvantagens da formalização das empresas de artesanato no município de Cerro Largo é que se torna relevante o desenvolvimento deste estudo, para que possa ser investigado, então, se há influência nas vendas ou no aumento da produção. Disso decorre a necessidade de descrever e contextualizar o processo de formalização, apontando suas vantagens e desvantagens, elencando fatores das organizações e seu ambiente.

Nesse sentido, esse estudo visou proporcionar maiores informações quanto ao processo de formalização, além de descrever os benefícios que esse processo trouxe para as micro e pequenas empresas do setor de artesanato no município de Cerro Largo - RS, na percepção do gestor.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo foi desenvolvido no desígnio de promover sustentação teórica sobre os assuntos abordados no decorrer da pesquisa, possibilitando uma contextualização através de conceitos e definições. Para isso, o capítulo foi fragmentado em subcapítulos, explorando detalhadamente conteúdos associados ao estudo em questão.

### 2.1 CARACTERIZAÇÃO DO ARTESANATO E O ARTESANATO NO RIO GRANDE DO SUL

Para tratar o histórico do artesanato e definir o artesão, discorre-se sobre alguns aspectos relevantes do artesanato. Além disso, buscou-se evidenciar, brevemente, sobre os incentivos proporcionados à classe artesã.

O artesanato pode ser apresentado, inicialmente, como uma fonte de renda por meio do trabalho manual e transformação da matéria-prima. Conforme a obra *Artesanato Gaúcho* (2010, p. 21), o artesanato:

É a técnica, prática ou arte do artesão. É um conjunto de objetos utilitários e decorativos para o cotidiano do homem, produzidos de maneira independente, usando matéria prima em seu estado natural e/ou processados industrialmente. Mesmo que as obras sejam criadas com instrumentos e máquinas, a destreza manual do homem é que dará ao objeto uma característica própria e criativa, refletindo a personalidade do artesão e a relação deste, com o contexto sociocultural do qual emerge.

Sendo assim, percebe-se que o artesanato é uma forma de expressão cultural, pois além de trazer traços próprios do artesão, carrega em sua essência características do local de origem. O artesão, por sua vez, pode ser caracterizado, segundo o *Artesanato Gaúcho* (2010), como o artista que exerce uma atividade produtiva, por conta própria.

O Rio Grande do Sul é o Estado que mais possui artesãos profissionalizados adequadamente. A Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social<sup>1</sup>, que atua através do Programa Gaúcho do Artesanato (PGA), possui a finalidade de incentivar, fomentar e coordenar as atividades desse segmento. O Programa Gaúcho do Artesanato (PGA), por sua vez, é regulamentado por leis e decretos estaduais e federais (ARTESANATO GAÚCHO, 2010).

---

<sup>1</sup> A Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social (FGTAS) é a instituição responsável pelo artesanato e pela legalização da profissão de artesão no Estado do Rio Grande do Sul.

O PGA é sustentado pelo tripé profissionalização, orientação/informação e comercialização/mercado. Desses, o primeiro esteio diz respeito às atividades e políticas referentes à identificação do artesão e à legalização da profissão; o segundo se responsabiliza pela formação e qualificação dos profissionais da área em questão, de modo que eles possam viver da atividade e produzir um artesanato de qualidade; enquanto o último se refere aos aspectos de comercialização, gestão e mercado, de modo que o artesanato por ele produzido seja capaz de sustentá-lo com dignidade, bem como divulgar a cultura, sendo aceito e desejado como atrativo turístico (ARTESANATO GAÚCHO, 2010).

Visto isso, identifica-se aqui a necessidade de apresentar e discorrer sobre o Programa Gaúcho do Artesanato (PGA). Pretende-se com isso evidenciar seu funcionamento, seus objetivos e outras ações específicas.

## 2.2 PROGRAMA GAÚCHO DO ARTESANATO (PGA)

O Programa Gaúcho do Artesanato (PGA) foi instituído através da Lei nº 13.518, de 13 de setembro de 2010, trazendo em sua essência a proposição de estender aos artesãos caminhos para facilitar a questão legal e empresarial.

**Art. 1º** Fica instituído no Estado do Rio Grande do Sul o Programa Gaúcho de Artesanato – PGA –, com a finalidade de promover a execução das políticas públicas voltadas às ações de desenvolvimento da produção artesanal como atividade econômica, cultural e social, coordenado pela Secretaria da Justiça e do Desenvolvimento Social – SJDS.

Nesse sentido, verifica-se que no quesito incentivo, há programas que zelam pelos artesãos na busca de que eles possam dar segmento às suas atividades. Observa-se, ainda, que o objetivo principal do PGA é profissionalizar os artesãos que produzem de forma amadora e informal, a fim de inseri-los legalmente no mercado de trabalho (ARTESANATO GAÚCHO, 2010).

Basicamente, o PGA possui as seguintes diretrizes: determinar, coordenar e supervisionar as normas norteadoras do Programa, proporcionar políticas públicas que incentivem a produção artesanal, divulgar o artesanato do Estado e promover a integração dos artesãos gaúchos com os artesãos de outras regiões do país. Ainda há de se levar em conta a busca constante que o PGA empreende para difundir a importância do artesanato como fonte de educação e cultura (ARTESANATO GAÚCHO, 2010).

As ações específicas do PGA são voltadas a levar ao artesão a informação inicial e, posteriormente, dar apoio para que o profissional venha a continuar sua atividade. Essas ações visam, além disso, proporcionar conhecimento sobre direitos que o artesão possui, mostrar e evidenciar as normas que regulam a profissão do artesão.

A partir do contexto apresentado, percebe-se que as MEs e PEs voltadas às práticas de artesanato no Estado do Rio Grande do Sul possuem programas que norteiam suas ações e provisionam atendimento especificado para que o artesão disponha das mesmas condições que qualquer outro empreendedor. Por fim, salienta-se que o PGA traz aos artesãos a profissionalização, orientação, e habilitação para que continuem desenvolvendo sua arte com qualidade e legalidade para circular no comércio. Para que isso ocorra de maneira eficaz as empresas precisam administrar seus empreendimentos.

### 2.3 ADMINISTRAÇÃO

A administração é o modo pelo qual são utilizadas as provisões disponíveis para desenvolver as atividades corriqueiras do dia a dia, tanto de empresas, quanto de organizações. Chiavenato (2007) afirma que o homem convive com a administração desde o início dos tempos, na sua busca incansável por melhorias e melhores condições de sobrevivência e novos inventos.

Tudo aquilo que é inventado, criado, desenvolvido, realizado, comercializado pelo homem ou pelas organizações faz parte da administração, isso porque ela é a forma pela qual as coisas acontecem, conforme define Chiavenato (2007). Dessa maneira, identifica-se que a administração é “imprescindível para a existência, sobrevivência e sucesso das organizações”, uma vez que sem ela, “jamais teriam condições de existir e de crescer” (CHIAVENATO, 2003, p. 2).

Dentro da administração existem algumas funções básicas que orientam o administrador, conforme o Quadro 1, sendo elas: planejar, organizar, dirigir e controlar; porém, além disso, contempla atividades de integração, conjunção, arranjo, foco e impulsionamento. Em outras palavras, pode-se afirmar que administrar é a maneira de acumular competências e recursos para alcançar objetivos e metas (CHIAVENATO, 2007).

Quadro 1 – Funções Organizativas e Definições

<b>Função Organizativa</b>	<b>Planejar</b>	<b>Organizar</b>	<b>Liderar/Dirigir</b>	<b>Controlar</b>
<b>Definição/Autores</b>				
<b>Trigueiro; Marques (2009);</b>	Significa escolher ou estabelecer a missão da organização, seus propósitos e objetivos, e depois determinar diretrizes, projetos, programas, procedimentos, métodos, sistemas, orçamentos, padrões e estratégias necessárias para atingi-los.	É determinar os recursos e atividades necessárias para se atingir os objetivos da organização, combinar esses recursos e atividades em grupos práticos, designar a responsabilidade de atingir os objetivos a empregados responsáveis e delegar a esses indivíduos a autoridade necessária para realizar essas tarefas.	É conseguir dos empregados que eles façam as coisas que você deseja que eles façam.	É delinear os meios para ter certeza de que o desempenho planejado seja realmente atingido.
<b>Maximiano (2009)</b>	É a ferramenta para administrar as relações com o futuro.	É o processo de dispor os recursos em uma estrutura que facilite a realização dos objetivos.	É o processo de trabalhar com pessoas para possibilitar a realização de objetivos.	Procura assegurar a realização de objetivos. É a função que consiste em comparar as atividades realizadas com as atividades planejadas, para possibilitar a realização dos objetivos.
<b>Stoner; Freeman (2010);</b>	São os planos que dão a organização seus objetivos e que definem o melhor procedimento para alcançá-los.	É o processo de arrumar e alocar o trabalho, a autoridade e os recursos entre os membros de uma organização de modo que eles possam alcançar eficientemente os objetivos da mesma.	Significa dirigir, influenciar e motivar os empregados a realizar tarefas essenciais.	Se certificar de que os atos dos membros da organização levam-na de fato em direção aos objetivos estabelecidos.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos autores citados, 2017.

Assim, verifica-se, conforme o Quadro 1, que é através da administração que as organizações funcionam, isso porque necessitam de diretrizes, ações estratégicas e instrumentos para que os resultados possam ser controlados, a fim de obter o desempenho pretendido (TRIGUEIRO; MARQUES, 2009). Nesse sentido, observa-se, que é necessária a ação de algum indivíduo para determinar o objetivo e a meta que a empresa irá seguir; esse

alguém é o administrador, que, para Stoner e Freeman (2010), é descrito como o planejador, organizador, líder e controlador das organizações.

Para Chiavenato (2007, p. 67), o administrador é “muito mais do que um mero supervisor de atividades do negócio ou de pessoas”. O administrador é realmente, o transportador do negócio e o navegador em um oceano de oportunidades e ameaças que constituem o entorno do negócio. Sendo assim, quer dizer que o administrador necessita muito além de apenas supervisionar as atividades da empresa, ele precisa estar prevenido para tudo que está acontecendo à sua volta, porque é ele quem vai identificar as oportunidades e os riscos que a empresa irá enfrentar.

Conforme Trigueiro e Marques (2009), vive-se em um período em que a velocidade e a abrangência das transformações sociais, que resultam dos mais diversos fatores, são tão intensas, que a competitividade ocorre de maneira mais clara e acirrada. Sendo assim, muitos dos administradores passam a descobrir em si um espírito empreendedor, que para Robbins (2000, p. 9) “é um verdadeiro divisor de águas no mundo dos negócios”; isso porque com essa nova realidade as pessoas passam a criar seu próprio negócio, ou mesmo redefini-los.

Para Baggio e Baggio (2014, p. 25), “não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores”, pois eles buscam compreender os valores sociais, nos quais é fundamental o comportamento individual de cada integrante. Diante da competitividade que o mercado apresenta, é essencial que haja profissionalismo e diferenciação nas organizações, pois os clientes procuram satisfazer suas necessidades de consumo.

A quantidade de um bem que o consumidor deseja adquirir por um determinado tempo pode ser definida como demanda, segundo ensinam Viceconti e Neves (2010). A demanda ou procura por um bem/serviço é influenciada por alguns elementos, dentre eles destacam-se o preço do bem; a renda ou salário do consumidor; o gosto e preferência do consumidor; o preço dos bens relacionados; e as expectativas sobre preços, rendas ou disponibilidade, conforme o Quadro 2 (PASSOS e NOGAMI, 2011).

Quadro 2 – Elementos que influenciam a demanda do consumidor

<b>Elementos</b>	<b>Definição</b>
<b>O preço do bem;</b>	Normalmente é de se imaginar que quanto maior for o preço de um bem menor a quantidade adquirida desse bem pelo consumidor; inversamente, quanto menor for o preço de um bem maior a quantidade adquirida do bem pelo consumidor.
<b>A renda, ou o salário do consumidor;</b>	Geralmente quando há uma elevação na renda do consumidor, ele passa a adquirir maior quantidade dos bens considerados normais, que são roupas, alimentos, aparelhos domésticos, entre outros. Essa regra geral não é aplicada para os bens inferiores (pão, batata, carne de segunda, roupas usadas, etc.) e, bens de consumo saciado.
<b>O gosto e preferência do consumidor;</b>	A demanda depende de hábitos e preferência do consumidor, que por sua vez depende de uma série de circunstâncias, tais como idade, sexo, tradições culturais, religiões e até educação.
<b>O preço dos bens relacionados;</b>	A demanda de um produto pode ser afetada pela variação no preço de outros bens. Isso ocorre em relação aos denominados bens complementares (aqueles que tendem a aumentar a satisfação do consumidor quando utilizados em conjunto, por exemplo, o pão e a manteiga) e bens substitutos (aqueles cujo consumo de um substitui o consumo de outro, por exemplo, a manteiga e a margarina).
<b>E as expectativas sobre preços, rendas ou disponibilidade.</b>	São as expectativas que as pessoas têm em relação ao futuro de seus rendimentos e em relação ao comportamento dos preços também exerce papel fundamental na demanda por bens e serviços.

Fonte: Elaborado pela autora, com referência em Passos e Nogami (2011, p. 77, 78), 2017.

Sendo assim, a quantidade de demanda de um bem/serviço é definida pelo preço. Dessa forma, segundo a lei geral da demanda, sempre que o preço (P) aumenta, conseqüentemente a quantidade de demanda por um bem/serviço (Qd) diminui; semelhantemente, sempre que o preço (P) diminuir, a quantidade de demanda por um bem/serviço (Qd) aumenta (PASSOS e NOGAMI, 2011).

Já a oferta, segundo Vasconcellos (2011), é a quantidade de um bem/serviço que os produtores ou vendedores desejam vender em determinado período. Assim como na demanda, a oferta é influenciada por alguns fatores, dentre eles destacam-se o preço do bem; os preços dos fatores de produção; a tecnologia; o preço dos outros bens; as expectativas e as condições climáticas; o que pode ser visualizado no Quadro 3, (PASSOS e NOGAMI, 2011).

Quadro 3 – Fatores que influenciam a oferta

<b>Fatores</b>	<b>Definição</b>
<b>O preço do bem;</b>	Quanto maior for o preço de um bem/serviço, maior deverá ser sua quantidade ofertada no mercado; da mesma forma, quanto menor for o preço de um bem/serviço, menor deverá ser a quantidade ofertada no mercado.
<b>Os preços dos fatores de produção;</b>	Os preços pagos pela utilização dos fatores de produção, juntamente com a tecnologia empregada, determina o custo de produção.
<b>A tecnologia;</b>	Avanços tecnológicos que permitem obter um volume maior de produção a custos menores aumentarão a lucratividade da empresa produtora do bem cujo processo foi beneficiado pela evolução tecnológica.
<b>O preço dos outros bens;</b>	A oferta de um produto poderá ser afetada pela variação nos preços dos bens que sejam substitutos (produzidos com os mesmos recursos, por exemplo, o milho e a soja) ou complementares (alteração na produção em virtude da variação de preço de outro bem, por exemplo, carne e couro) na produção.
<b>As expectativas;</b>	O produtor, na sua decisão de produção atual, também leva em conta as alterações esperadas de preço.
<b>As condições climáticas.</b>	Relativamente a alguns produtos, especialmente produtos agrícolas, as condições climáticas exercem grande influência na oferta.

Fonte: Elaborado pela autora, com referência em Passos e Nogami (2011, p. 88, 89), 2017.

A oferta de um bem/serviço é definida diretamente pela variação do preço. Dessa forma, segundo a lei geral da oferta, sempre que o preço (P) aumenta, conseqüentemente a quantidade de oferta por um bem/serviço (Qo) aumenta; semelhantemente, sempre que o preço (P) diminuir, a quantidade de oferta por um bem/serviço (Qo) diminui (PASSOS e NOGAMI, 2011).

Visto isso, destaca-se a necessidade de entender as organizações, pois o mundo é constituído por elas. Sabendo disso, busca-se compreender como as empresas são organizadas e como elas se adaptam ao contexto em que estão inseridas.

## 2.4 A ORGANIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Atualmente, vive-se em um contexto no qual há muitas empresas e a cada dia surgem novas. Por esse motivo, verifica-se que tudo o que é necessário para suprir as carências sociais pode com muita facilidade ser alcançado, através da inovação, da tecnologia e da ação de empreendedores que estão em uma busca constante por melhoria e por novas ideias, que sejam capazes de gerir e manter o desenvolvimento humano.

Conforme definição de Chiavenato (2007, p. 81), “As empresas constituem organizações inventadas pelo homem para se adaptarem continuamente às mutáveis circunstâncias ambientais e, assim, alcançarem objetivos”. Uma empresa ou uma organização surge, justamente, no momento em que se precisa adequar uma conveniência.

As mudanças que ocorrem nos ambientes organizacionais serão consideradas eficazes a partir do instante em que for possível observar que os objetivos foram alcançados, o que, por sua vez, dará condições de manter a sobrevivência e o crescimento da empresa. Contudo, o ambiente ao qual a empresa precisa se adequar é amplo e complexo.

Sobre esse aspecto Chiavenato (2007, p. 82), argumenta que:

As empresas não são capazes de absorver e compreender todas as condições variáveis e mutáveis do ambiente de uma só vez, principalmente pelo fato de algumas delas estarem sujeitas a múltiplas influências que as empresas não podem sequer visualizar, entender, prever ou controlar.

Por esse motivo, as empresas passam a observar e analisar somente alguns dos inúmeros aspectos e variáveis que as cercam. O modelo natural é conhecido, também, como seleção ambiental, no qual irá predominar para avaliação aspectos que possibilitam o real conhecimento e compreensão do ambiente externo.

A percepção ambiental se dará de acordo com seus objetivos, expectativas, experiências, desafios, convicções e motivações (CHIAVENATO, 2007). Portanto, uma empresa não percebe o ambiente da mesma maneira que a outra, pois as informações selecionadas como sendo úteis para determinada empresa, nem sempre é de valia para as demais empresas.

Outro aspecto interessante que as empresas apresentam é o fato de que, ao analisarem seu ambiente interno e externo, pontuam suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades na busca de adaptarem-se ao que seu público-alvo necessita, fazendo isso de forma qualificada. Isso é interessante, pois, sob o ponto de vista de Dolabela (2008), não se pode esquecer que a concorrência é mundial.

Enfim, pode-se constatar que as empresas geralmente são constituídas a partir de oportunidades observadas no ambiente em que estão inseridas, por indivíduos que estão em busca de empreender. Portanto, faz-se necessário arguir sobre o empreendedorismo e o processo empreendedor.

## 2.5 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR NO BRASIL

O empreendedorismo, no Brasil, conforme Dornelas (2008), passou a disseminar-se a partir do ano de 2000, podendo ser definido como uma ação inovadora, algo que busque melhorar a relação do homem com o outro e com a natureza. Observa-se que o empreendedorismo traz como agente o empreendedor, que para Dornelas (2008) é aquele que traz em seu interior uma característica única, a de conhecer como poucos o negócio em que atua, e para isso é necessário experiência e tempo. O autor ressalta, ainda, que o que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum é o contínuo planejamento, com base em uma visão de futuro.

É notável que o que move o empreendedor é a inovação. O diferencial desses indivíduos é que eles não se preocupam muito com os resultados, pois têm consigo a certeza que mediante uma série de precauções e análises de risco, seu negócio será próspero. O foco no objetivo é parte integrante de sua estratégia para manter o negócio.

Incrementando essa abordagem, Mendes (2009, p. 9) traz um conceito significativo sobre o empreendedor:

O legítimo empreendedor move o mundo, faz girar a economia, sente prazer em contribuir e inovar. É um ser movido a realizações de toda ordem e não mede esforços para alcançar seus objetivos. Indiferente aos resultados, e crendo que resultados surgem por consequência, os empreendedores são realizadores.

Para obter sucesso em um pequeno negócio, como também em grandes negócios, ou mesmo para manter a sobrevivência da empresa é imprescindível que os atributos e procedimentos dos empreendedores sejam inovadores. Entre as características que potencializam o empreendedor, Mendes (2009), cita algumas que podem variar de empreendedor para empreendedor, aspectos como a inovação, criatividade, autonomia, autoconfiança, otimismo, aceitar e assumir riscos e possibilidades de fracassar, comprometimento, determinados, dinâmicos, entre outros.

Notabiliza-se, além dessas características, que o empreendedor é capaz de transformar uma ideia (oportunidade) em uma realização concreta. O empreendedorismo é um ato de ousadia que se dá em virtude de uma necessidade ou por um sonho inovador; no entanto, o empreendedor adota alguns valores para estabelecer um modelo de vida, condizente com sua forma de pensar e agir, conforme o Quadro 4 (MENDES, 2009).

Quadro 4 – Valores do empreendedor

<b>Valores</b>	<b>Conceito</b>
<b>Felicidade</b>	A felicidade é um estado de espírito, transitório, que se alterna de acordo com o desenrolar dos acontecimentos na vida de uma pessoa, com sentidos diferentes atrelados aos modelos mentais de cada um. No caso do empreendedor, é fundamentada pelas realizações positivas, planejadas ou não, com resultado efetivo e aparente, e ofuscada em alguns momentos por fracassos temporários.
<b>Liberdade</b>	Dá asas ao espírito empreendedor. No sentido literal da palavra, é o sentimento de se poder fazer o que quiser, sem restrições ou impedimentos de qualquer natureza, para se conseguir o que se deseja. Liberdade é o estado de espírito alcançado pelo elevado grau de confiança em si mesmo.
<b>Plenitude</b>	É a sensação de viver com total intensidade e paixão, experimentando cada momento como se fosse único. A plenitude implica uma boa dose de energia e comprometimento por parte dos empreendedores e deve ser associada a uma conquista, uma meta a ser perseguida.
<b>Excelência</b>	É o compromisso com a efetividade e o aprendizado, operada em harmonia com os demais valores. O empreendedor eficaz é motivado pela excelência, pela obtenção dos melhores resultados.
<b>Autonomia e Independência</b>	É a capacidade de assumir o protagonismo na determinação dos valores e objetivos pessoais. Significa assumir o comando de si mesmo e dar vazão à criação para os desejos mais duradouros.
<b>Sentimento de Realização/Reconhecimento</b>	O sentimento de realização vai além da necessidade de sobrevivência e reflete a extrema ansiedade humana por reconhecimento perante a sociedade. Os seres empreendedores são automaticamente recompensados pela excelência de seus resultados.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Mendes (2009), 2017.

Esses valores, apresentados no Quadro 4, norteiam o empreendedor na busca de seus resultados. Além de valores, o empreendedor deve adotar princípios e virtudes para conviver na sociedade de maneira sadia e eficaz. Alguns desses valores são: a responsabilidade, a disciplina, a honestidade, a humildade, a integridade, o respeito, entre outros, conforme expõe Mendes (2009).

O empreendedor, além de estar comprometido com a sociedade, proporciona, mesmo que indiretamente, benefícios à economia. De modo geral todo empreendimento visa à lucratividade e geração de riqueza.

Em razão disso, Lacerda e Teixeira (2012, p. 5) argumentam que:

O empreendedorismo é fundamental para a economia e o desenvolvimento do país e exerce um papel social imensurável, agregando valor à sociedade, como geração de empregos, moldagem da nova cultura empreendedora do país, além de produzir transformações econômicas, sociais e ambientais.

Nesse sentido, o empreendedorismo tende a contribuir com a sociedade de maneira geral, isso porque suas inovações se refletem em todo o contexto em que o empreendedor está

inserido. Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 36) consideram que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda *per capita*; envolve iniciar e construir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

Dessa maneira, verifica-se que, na percepção dos autores, o empreendedorismo é essencial para colaborar com a economia do país de maneira geral. Outro fator que contribui para o avanço desse movimento é a divulgação positiva que leva a outros empresários a se aventurar e produzir mudanças para a cultura do país. Contudo, muitos empreendedores identificam a oportunidade, partem atrás da criação efetiva do negócio, mas se mantêm na informalidade, daí surge à necessidade de abordar a formalização das empresas no Brasil.

## 2.6 FORMALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

A formalização é tratada por empresários e empreendedores, no Brasil, como um alto custo para as empresas, o que acaba por alavancar o número de informalidade no país. Isso ocorre devido a variados fatores, dentre eles destacam-se a carga tributária elevada que incide sobre as empresas, quando muitas delas não têm condições de arcar com as taxas, impostos, juros; além disso, representa uma vasta limitação, seja ela física, psicológica ou mercadológica (SILVEIRA e TEIXEIRA, 2011).

Verifica-se que “[...] um dos grandes fatores para o surgimento de negócios informais no país é o desemprego, que cresce cada vez mais no Brasil, obrigando os trabalhadores a criarem empresas informais para sua sobrevivência” (SILVEIRA e TEIXEIRA, 2011, p. 226). São trabalhadores que com a falta de oportunidade no mercado de trabalho e, por não apresentarem outro meio de sobrevivência, investem seu capital em empreendimentos que consideram razoáveis para manter seu próprio sustento.

Não obstante, pode-se mencionar o histórico de problemas que a economia do país enfrenta e que acentuam ainda mais a falta de oportunidades. Vale ressaltar que os maiores números de informalidade são encontrados no segmento de pequenos negócios; é um fenômeno que alcança parcela expressiva de empregadores brasileiros, desenvolvendo atividades de pequena escala em estabelecimentos sem contribuição previdenciária, sem o CNPJ e sem outras exigências legais (SANTOS, KREIN e CALIXTRE, 2012).

O avanço na formalização possui como ponto de partida o crescimento econômico, uma vez que oportuniza espaço para os que se encontram fora do mercado de trabalho. A

regulação igualitária do trabalho coopera na estruturação do mercado de trabalho. Frente a esses fatores, faz-se necessária a construção de uma abordagem que trate do sistema legal, que possibilita a formalização de pequenos empreendimentos.

Observando essa necessidade, hoje as empresas menores podem contar com a Lei Complementar Nº 123/2006, que institui o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, conhecido como Simples Nacional. Esse sistema apresenta, como conveniência, aos que optam por ele, a possibilidade de menor tributação do que no lucro real ou presumido.

Além do Simples Nacional, há para as empresas gaúchas o PGA, como já mencionado anteriormente, que disponibiliza o cadastro de novos artesãos, emitindo a Carteira de Identidade de Artesão, a qual contém todas as informações pertinentes à profissão no Rio Grande do Sul, e também o Programa de Artesanato Brasileiro (PAB), cujo principal objetivo a geração de trabalho e renda e a valorização do profissional artesão. Sendo assim, observa-se que esforços estão sendo empreendidos para facilitar a adesão das MEs e PES ao quadro de empresas devidamente formalizadas. Nessa linha de raciocínio, salienta-se aqui a necessidade de discorrer sobre as modalidades de empresas existentes no Brasil.

## 2.7 CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS NO BRASIL

No Brasil existem diversas modalidades de empresas, dentre elas estão: as grandes empresas, as empresas de médio porte, as pequenas empresas e as microempresas. Conforme uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2014), a definição dessas empresas pode ser feita de duas formas: por número de pessoas ocupadas na empresa ou pela receita auferida, conforme o Quadro 5.

Quadro 5 – Classificação de empresas por pessoas ocupadas

Porte	Atividade de atuação	
	Serviço e Comércio	Indústria
<b>Grande Empresa</b>	Acima de 100 pessoas ocupadas	Acima de 500 pessoas ocupadas
<b>Média Empresa</b>	De 50 a 99 pessoas ocupadas	De 100 a 499 pessoas ocupadas
<b>Pequena Empresa</b>	De 10 a 49 pessoas ocupadas	De 20 a 99 pessoas ocupadas
<b>Microempresa</b>	Até 9 pessoas ocupadas	Até 19 pessoas ocupadas

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados obtidos junto ao SEBRAE (2014), 2017.

Quanto às organizações definidas por número de pessoas ocupadas na empresa, conforme Quadro 5, segundo SEBRAE (2014), são classificadas, no setor de serviço e comércio, como grande empresa as que possuem acima de 100 pessoas ocupadas; como média empresa as que possuem entre 50 e 99 pessoas ocupadas; como pequena empresa as que possuem de 10 a 49 pessoas ocupadas; e, como microempresa as que contam com até 9 pessoas ocupadas. Já as empresas nas atividades industriais são classificadas: como grande empresa as que possuem acima de 500 pessoas ocupadas; como média empresa as que possuem de 100 a 499 pessoas ocupadas; como pequena empresa as que possuem de 20 a 99 pessoas ocupadas; e, como microempresa, as que contam com até 19 pessoas ocupadas.

As empresas são classificadas, segundo o BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - (2016), pela receita operacional bruta anual auferida, conforme o Quadro 6. Considera-se, pelo BNDES, por receita bruta a receita auferida no ano-calendário, com o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria; preço dos serviços prestados; e o resultado nas operações em conta alheia.

Quadro 6 – Classificação das empresas por receita operacional bruta anual

<b>Classificação</b>	<b>Receita operacional bruta anual</b>
<b>Grande Empresa</b>	Maior que R\$ 300 milhões
<b>Média Empresa</b>	Maior que 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões
<b>Pequena Empresa</b>	Maior que 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões
<b>Microempresa</b>	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados obtidos junto ao BNDES (2016), 2017.

Sendo assim, conforme o Quadro 6, de acordo com o BNDES (2016) para serem consideradas grandes empresas, por sua receita operacional bruta anual, sua receita deve ser maior do que R\$ 300 milhões; para ser média empresa sua receita deve ser maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões; para ser uma pequena empresa sua receita deve ficar entre R\$ 2,4 e R\$ 16 milhões; e para ser uma microempresa sua receita deve ser menor ou igual a R\$ 2,4 milhões. No entanto, sabe-se que existem outras classificações que são feitas a partir da receita das empresas.

Isso pode ser observado de acordo com a Lei Complementar N° 123/2006, que considera como pequena empresa as empresas que auferem receita bruta anual acima de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões

e seiscentos mil reais); e para as microempresas, igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Por se tratar de um setor consideravelmente importante para a economia e sociabilidade do país, Santos, Silva e Neves (2011, p. 110) dizem que “a partir da constatação da importância das micro e pequenas empresas, no contexto mundial e brasileiro, especialistas têm aplicado esforços no desenvolvimento de estudos, na tentativa de levantar o máximo de informações possíveis sobre esse setor”.

Em seu estudo, Marolli (2011, p. 13) complementa essa informação dizendo que:

As micro e pequenas empresas tem se destacado no atual cenário socioeconômico, em várias faces, em sua participação nos processos produtivos, na geração de emprego e renda, ou junto ao total de empresas, mas sobre tudo ao gerar qualidade de vida e redução das desigualdades sociais e no desenvolvimento das regiões e municípios.

A Lei Complementar Nº 128, de 19 de dezembro de 2008, institui a figura jurídica do Micro Empreendedor Individual (MEI), que surgiu para beneficiar muitos empreendedores informais, proporcionando a eles a possibilidade de formalizar seu empreendimento de maneira fácil e rápida, reduzindo os altos custos e a burocracia para se constituir uma empresa (SILVA e ALVES, 2012). Segundo o Portal do Empreendedor, o MEI é a pessoa que trabalha por conta própria e formaliza seu negócio.

Ainda, conforme o SEBRAE (2014), o MEI precisa faturar hoje até R\$ 60.000,00 por ano ou R\$ 5.000,00 por mês, não podendo ter participação em outra empresa como sócio ou titular, e ter no máximo um funcionário contratado. O MEI será enquadrado no regime de tributação Simples Nacional.

Verifica-se, dessa forma a importância que as micro e pequenas empresas representam para o desenvolvimento do país, pois os indivíduos que criam essas empresas buscam oportunidades de negócio, por meio da identificação de necessidades da sociedade. Sabendo disso, e compreendendo o processo de formalização, é relevante apontar algumas vantagens e desvantagens da formalização para as MEs e PEs empresas.

## 2.8 VANTAGENS E DESVANTAGENS DA FORMALIZAÇÃO

Existem algumas vantagens, bem como algumas desvantagens que podem ser observadas no contexto da formalização. Entre as vantagens encontradas em se formalizar, Lacerda e Teixeira (2012/2013) destacam em sua pesquisa: a possibilidade de diminuição na tributação, a emissão gratuita de notas fiscais, registros, alvarás, CNPJ, benefícios da

previdência social, atuar em endereço comercial e programas diferenciados para empréstimos e financiamentos.

Através da Carteira de Artesão o profissional gaúcho de artesanato pode contar com as seguintes vantagens para atuar: “a identidade profissional; direito de contribuir para a Previdência Social; direito de gozo dos benefícios da Previdência Social; isenção do ICMS; declaração de renda fornecida pelo PGA; todos os benefícios do Programa Gaúcho de Artesanato” (ARTESANATO GAÚCHO, 2010, p. 27). Além disso, o artesão terá o direito de emitir notas fiscais; participar (formalmente) de feiras, exposições e eventos realizados no país e no exterior; acesso ao crédito; apoio à comercialização; e circular livremente com suas mercadorias, uma vez que são legalizadas.

Contudo, podem ser verificadas algumas desvantagens, como o fato de estar inserida no mesmo contexto de empresas informais (ULYSSEA, 2013). Sendo assim, tanto as empresas formais quanto as informais enfrentam os mesmos preços, por exemplo, para compra de matéria prima. No entanto, a empresa informal consegue se desviar do pagamento de impostos, o que faz com que seus preços de venda sejam menores do que os praticados por uma empresa formalizada.

Dos Santos Estuman e Dos Santos (2015) descrevem essa relação que se estabelece entre as vantagens e as desvantagens da formalização, observando a classificação do MEI. Isso pode ser visualizado no Quadro 7.

Quadro 7 – Vantagens e desvantagens da formalização para o MEI

<b>Vantagens</b>	<b>Desvantagens</b>
Cobertura previdenciária	Formalização sem custos
Contratação de um funcionário	A contratação de apenas um funcionário
Isenção de taxas para o registro da empresa	A cobertura previdenciária não é completa
Ausência de burocracia	Alvará pela internet
Acesso a serviços bancários (inclusive o crédito)	Contabilidade formal
Redução da carga tributária	
Emissão de alvará pela internet	

Fonte: Elaborado pela autora, com referência em Dos Santos Estuman e Dos Santos (2015), 2017.

A partir disso, verifica-se que, de acordo com o Quadro 7, existem fatores que são apontados tanto como vantagens quanto como desvantagens. Isso porque o empreendedor, ao formalizar sua empresa, por exemplo, não encontrará nenhum custo, no entanto se quiser encerrar ou alterar, os custos serão mais elevados do que para uma empresa enquadrada em

outro regime de tributação. Isso também acontece no caso do alvará pela internet, pois a concessão do alvará de funcionamento é de responsabilidade das prefeituras; portanto, a empresa deve se adaptar às leis municipais (DOS SANTOS ESTUMAN e SANTOS, 2015).

### 3 METODOLOGIA

Partindo do ponto de vista de que o ser humano tende a não se conformar com a dúvida ou problemas sem resposta, a metodologia é um instrumento que serve para criar caminhos para conhecer o que ainda não foi explorado por outros. Para Malhotra (2012), a pesquisa em si é uma estrutura indispensável para a realização da investigação a que se propõe elaborar, sendo que ela especifica os detalhes dos procedimentos a serem seguidos para o alcance de informações imprescindíveis para elaborar ou resolver o problema encontrado.

Para que a execução da pesquisa fosse possível, foi necessário, além da predisposição do pesquisador, conhecimento sobre o assunto pesquisado, recursos humanos e financeiros (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Para o prosseguimento da pesquisa, foi preciso haver um planejamento detalhado de todos os passos a serem observados.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Primeiramente foi realizado um levantamento de referencial bibliográfico sobre o assunto em discussão, a partir de fontes como: revistas, livros, artigos, periódicos e sites, para a descrição de conceitos.

Considerando que o objeto de estudo foi investigar o processo de formalização das empresas de artesanato, optou-se pelo estudo de caso, buscando identificar as vantagens e as desvantagens da legalização e a sua influência na gestão do negócio, sob a percepção do gestor; e, contemplando-se a natureza do problema, verificou-se a possibilidade de realizar uma pesquisa de abordagem qualitativa.

A abordagem é realizada pelo método qualitativo, uma vez que se buscou qualificar a produção e geração de empregos a partir do momento em que as empresas passam a se formalizar. A pesquisa qualitativa, para Triviños (1987), proporciona a interpretação das informações de maneira ampla do que delimitada ao simples dado objetivo.

Nesse sentido, Gerhardt e Silveira (2009) ressaltam, sobre a pesquisa qualitativa, que ela se preocupa não com representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da percepção de um grupo social, organização, entre outros. As autoras complementam dizendo que os pesquisadores que optam por métodos qualitativos buscam explicar os motivos das

causas identificadas sobre seu objeto de pesquisa, explicitando o que convém ser feito, mas não quantificam os dados investigados, pois procuram relacioná-los com a realidade.

### 3.2 NATUREZA DA PESQUISA

Quanto à natureza da pesquisa ela é descritiva, pois buscou-se descrever a realidade encontrada junto aos entrevistados das empresas de artesanato e da formalização dessas micro e pequenas empresas do município de Cerro Largo - RS. Estudos descritivos, segundo afirma Gil (2002), têm o objetivo fundamental de descrever as características do objeto de estudo, ou mesmo estabelecer relações entre as variáveis. Complementando essa definição, Triviños (1987, p. 110) destaca que “os estudos descritivos exigem do pesquisador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. [...] O estudo descritivo pretende descrever “com exatidão” os fatos e fenômenos de determinada realidade”.

Sobre a pesquisa descritiva, Triviños (1987, p. 128) avalia que a interpretação dos resultados tem como percepção um fenômeno visto em seu contexto. Para tanto, justifica que a pesquisa descritiva “[...] não é vazia, mas coerente, lógica e consistente” (TRIVIÑOS, 1987, p. 128).

Para Gil (1999), a pesquisa descritiva possui por objetivo principal descrever qualidades e características de uma população que está sendo estudada, de um fato ou mesmo de formar relações entre elas. No presente estudo foram estudados os aspectos da formalização e a sua relação com possíveis vantagens ou desvantagens da mesma.

A pesquisa é, também, caracterizada como estudo de caso, pois investigou um fenômeno atual e que pertence ao contexto real da sociedade. Para Yin (2001, p. 32), “a investigação de um estudo de caso baseia-se em várias fontes de evidências e beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados”.

Nesse sentido, Triviños (1987) ressalta que o estudo de caso é uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. É possível, ainda, verificar que:

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto

possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador Fonseca (2002, p. 33).

O estudo se caracteriza ainda como documental, pois foram analisados os documentos das empresas pesquisadas para assim responder aos objetivos do presente estudo. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 174), “a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”.

Nesse sentido, Gil (2008) argumenta que a pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica, sendo a única diferença entre elas a natureza da fonte. E isso porque a pesquisa bibliográfica se utiliza essencialmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, e a pesquisa documental se utiliza de materiais que ainda não receberam nenhum tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados conforme os objetivos da pesquisa.

### 3.3 POPULAÇÃO-ALVO DA PESQUISA

A definição da população-alvo, conforme Mattar (2005, p. 67), é um dos passos mais importantes da pesquisa. A amostragem é não probabilística, pois para Mattar (2005, p. 271) é aquela em que a seleção dos elementos da população depende, ao menos em parte, do pensamento do pesquisador, e foi estabelecida de forma intencional, uma vez que a amostra foi escolhida visando satisfazer as necessidades da pesquisa, a partir de verificação feita junta ao banco de dados da Associação dos Artesãos e Artistas Plásticos de Cerro Largo (APCEL). A população de empresas que atuam no segmento de artesanato no município de Cerro Largo é de vinte e duas (22) empresas formalizadas. Dentre essas, optou-se por realizar o estudo em cinco (5) empresas, a fim de analisar todas as empresas de artesanato localizadas no centro do município de Cerro Largo - RS. A escolha das empresas a serem investigadas com a pesquisa ocorreu de maneira convencional, pela proximidade da pesquisadora em se comunicar com essas empresas.

Além disso, essas empresas se disponibilizaram a dar as respostas necessárias para o desenvolvimento do estudo, mostrando-se viável realizar o estudo nelas, sem que atrapalhasse suas atividades cotidianas. Os artesãos demonstraram num primeiro contato a satisfação com a realização da pesquisa, por isso os dados puderam ser coletados de maneira fácil.

Para atingir os objetivos propostos, delimitou-se um período de tempo para a realização da investigação. Buscou-se saber de quem se formalizou quais as vantagens e benefícios que essa formalização trouxe para seus empreendimentos, desde o ano de sua formalização, pois conforme os próprios gestores apontam foi a partir daí que os resultados puderam ser percebidos. Além disso, pode-se fazer um comparativo com o ano de criação da Lei Complementar nº 123 de 2006, a fim de verificar se ela pode ter exercido alguma influência sobre essas empresas.

### 3.4 PLANO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados, para Gerhardt e Silveira (2009) é um conjunto de operações que compreende o apanhado de informações úteis para posteriormente ser analisadas. O plano de coleta de dados foi realizado através de dados primários e dados secundários. Isso foi possível por meio da aplicação de uma entrevista para o gestor do empreendimento.

Mattar (2005) descreve dados primários como sendo aqueles que são consultados direto na fonte, portadores de dados brutos, isto é, dados que nunca foram coletados, tabulados e analisados. O instrumento da coleta de dados foi uma entrevista (APÊNDICE A).

Marconi e Lakatos (2010) definem a entrevista como um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações de um assunto. Essa entrevista foi realizada com um roteiro de perguntas previamente estabelecido; conforme Marconi e Lakatos (2010), esse tipo de pesquisa é conhecida como padronizada ou estruturada.

Com a aplicação da entrevista para os gestores, que ocorreu conforme o delineamento prévio traçado pelas perguntas que já estavam preparadas pela pesquisadora para isso, pode-se verificar que os empreendedores estavam dispostos a relatar tudo o que lhes era questionado, em nenhum momento se recusaram de responder. A entrevista, dessa forma, foi baseada em um roteiro semi-estruturado, o que facilitou a percepção dos gestores sobre o assunto pesquisado.

Os dados secundários, que para Mattar (2005) são fontes de dados indiretos, e que estão à disposição para consulta, para o presente estudo foram obtidos por meio de relatórios de produção e contábeis da empresa. A partir desses dados, pretendeu-se confirmar o que o gestor pode perceber na prática.

Os participantes da pesquisa foram expostos aos seguintes riscos e constrangimentos: disponibilizar informações e percepções a respeito das empresas e de sua percepção pessoal a respeito da formalização das mesmas. Para ocorrer uma redução do constrangimento, o

respondente terá a opção de, a qualquer tempo, não responder a alguma questão/pergunta ou se recusar a participar da pesquisa. Todas essas informações são descritas no Termo de Consentimento Livre Esclarecido (APÊNDICE B), entregue para cada um dos gestores que participaram da pesquisa. Observa-se, ainda, que a partir da coleta e análise de dados, foi posteriormente feita a devolutiva aos participantes, por e-mail, para que os mesmos pudessem ter conhecimento sobre os resultados obtidos com a pesquisa.

Assim, a pesquisa e seus resultados possibilitaram benefícios aos participantes, uma vez que essas informações poderão servir de base para que esses participantes possam gerir de forma mais adequada os seus empreendimentos e para o entendimento dos esclarecimentos sobre as vantagens e desvantagens da formalização. Para as empresas de artesanato pesquisadas, o estudo possibilitará que se identifique em que medida a formalização desses empreendimentos representou vantagem ou desvantagem para tais empresas pesquisadas, e, também, trará informações que poderão auxiliar estudos futuros a respeito desse tema.

### 3.5 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

A etapa de escolha da estratégia utilizada para a análise e interpretação dos dados apurados deve levar em consideração as partes iniciais do processo (MALHOTRA, 2012). O autor conclui que “a análise de dados não é um fim em si mesma”, mas que seu objetivo principal é fornecer informações que contribuam na abordagem do problema em estudo. Para auxiliar a análise dos dados coletados foi utilizado o programa de *Libre Office Calc* e o *Office writer*, no qual foi possível ordenar e comparar os resultados obtidos. O plano de análise dos dados levou em consideração os autores citados no referencial teórico, isso pode ser visualizado no Quadro 8.

Quadro 8 - Principais partes da entrevista aos gestores das empresas de artesanato

<b>Principais partes da entrevista</b>	<b>Autores</b>
Identificação do perfil dos artesãos (ãs)	PGA (2010); SEBRAE (2014); e BNDES (2016).
Motivação de exercer o artesanato	PGA (2010); e PAB (2012).
Influência da formalização no crescimento de clientes	Silveira e Teixeira (2011); e Santos, Krein e Calixtre (2012).
Influência da formalização no aumento da produção	Silveira e Teixeira (2011); e Santos, Krein e Calixtre (2012).

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Para realizar essa análise de dados, tudo o que foi coletado com a entrevista, as respostas dos gestores foi transcrito para o programa *Office writer*, para que a pesquisadora pudesse visualizar as respostas e definir como apresentaria esses resultados. Após os dados estarem transcritos e com a verificação, optou-se por se criar gráficos para os percentuais descritos pelos gestores artesãos e quadros para alguns dos argumentos que os empreendedores apresentaram e isso com a utilização do programa *Libre Office e Calc*.

### 3.6 ASPECTOS ÉTICOS

Por esse trabalho se tratar de uma pesquisa realizada com seres humanos foi encaminhado ao Comitê de Ética. Após a análise e verificação do constante no projeto o Comitê de Ética aprovou a pesquisa e o instrumento de coleta de dados que consta na Plataforma Brasil no processo conforme nº CAAE: 58323216.3.0000.5564. Após a aprovação as entrevistas foram realizadas com os gestores a fim de verificar e obter os resultados da pesquisa.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa, obtidos por meio das entrevistas que foram desenvolvidas junto aos artesãos de Cerro Largo. A delimitação das empresas pesquisadas aconteceu a partir da lista de artesãos existente na Associação dos Artesãos e Artistas Plásticos de Cerro Largo (APCEL) e, a partir das listadas junto à associação, obteve-se a informação de todas aquelas empresas do ramo que estavam situadas no Centro de Cerro Largo, para fins de verificação e coleta de dados.

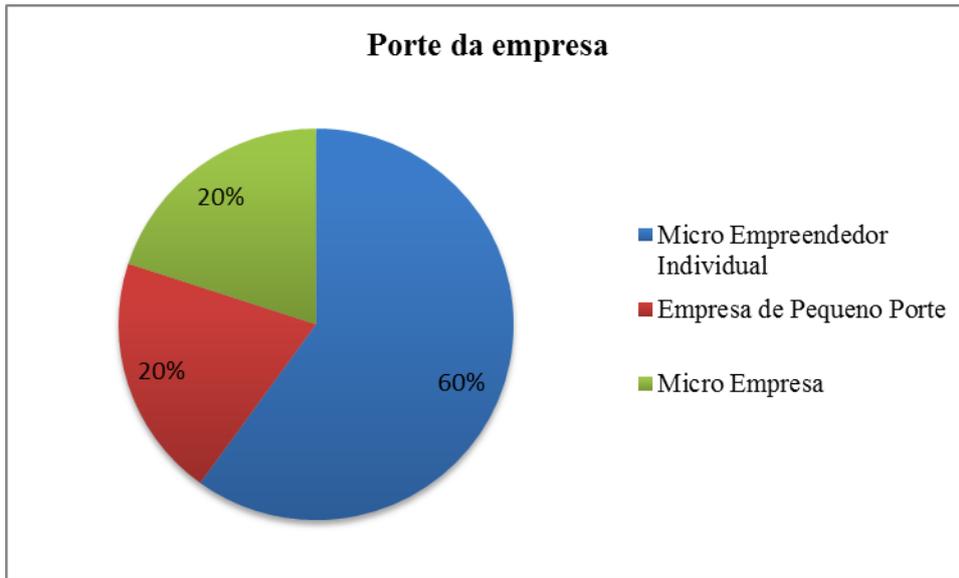
Para efeito deste trabalho foi realizada uma pesquisa com 5 (cinco) artesãos de MEs e PEs no município de Cerro Largo - RS, com a finalidade de descobrir a influência da formalização de seus negócios. A entrevista utilizada continha perguntas que foram elaboradas previamente, com vistas a identificar a percepção dos gestores sobre aspectos como sua produção e seus clientes.

### **4.1 DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS E DOS ARTESÃOS EMPREENDEDORES**

Para o SEBRAE (2016), a globalização valorizou a cultura local e o artesanato é uma atividade que tirou proveito desse movimento de retorno às origens. Essa nova realidade fez com que artesãos buscassem o aperfeiçoamento e aprimoramento de sua produção, de forma a criar um potencial competitivo para permanecerem no mercado. Para competir frente às novas concorrências que surgem a cada dia no mercado de trabalho, essas empresas se organizam de maneira a poder competir e criar estabilidade para seus estabelecimentos.

Nesse caso, contatou-se que entre as empresas pesquisadas, as seguintes informações sobre o perfil dessas empresas e procurou-se descobrir seu porte, bem como a escolaridade dos gestores, a fim de compreender a realidade do empreendimento. O porte das empresas em estudo pode ser visualizado no Gráfico 1.

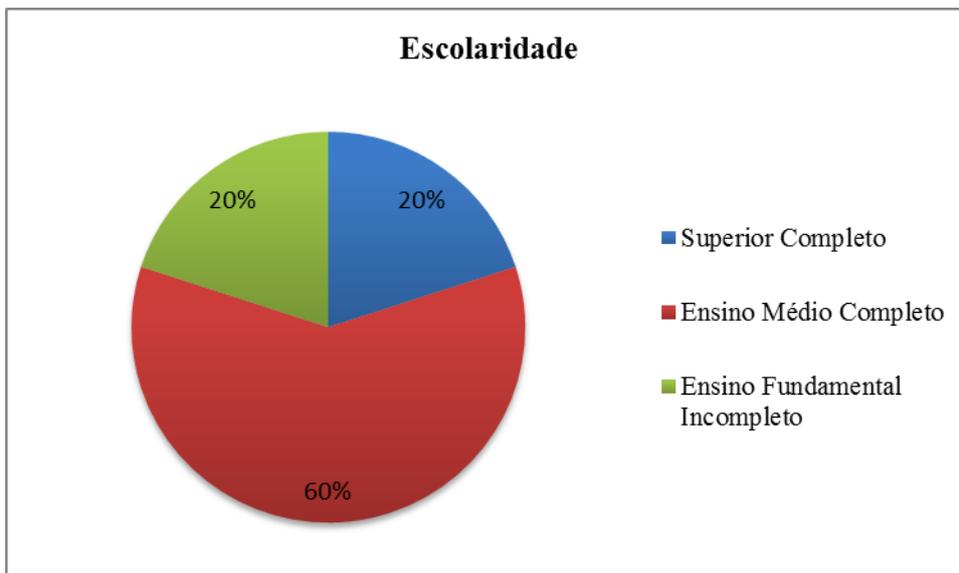
Gráfico 1 – Porte das empresas



Fonte: Elaborado pela autora, com base no relato dos artesãos, 2017.

Observa-se, que as empresas pesquisadas variam em relação ao seu porte. Dentre elas, constatou-se que 3 (três) empresas são formalizadas a partir do MEI, 1 (uma) é EPP, e 1 (uma) é ME. Da mesma forma, buscou-se conhecer qual o grau de escolaridade dos empreendedores, como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Escolaridade dos gestores



Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Verifica-se, assim, que os empreendedores também apresentam entre si diferença em sua escolaridade. Entre os gestores, apenas 1 (um) possui nível superior completo, 3 (três) possuem nível médio completo e 1 (um) possui o nível fundamental incompleto.

Os empreendedores, quando questionados acerca do que é o artesanato, concordam que é uma forma de expressão cultural. Além disso, destacam quais as suas perspectivas em relação ao artesanato para o futuro; sobre isso, são variadas as opiniões, como pode ser visualizado no Quadro 9.

Quadro 9 – Definição e perspectiva do artesanato para o futuro, conforme percepção dos empreendedores entrevistados

<b>Empresas</b>	<b>Definição do artesanato</b>	<b>Perspectiva para o futuro</b>
<b>Empresa A</b>	Eu acho o artesanato muito importante, porque a gente pode utilizar muita coisa que ia ir fora também, como a reciclagem, quanta coisa a gente pode reciclar, coisas que iriam para o lixo e iriam demorar anos para se deteriorar e a gente pode transformar em arte.	Para o futuro se não tiver mais gente fazendo isso onde vai ir todo esse lixo?
<b>Empresa B</b>	É um <i>hobbie</i> , uma felicidade e poder criar.	Acho que vai crescer é uma maneira de produzir de ter ideias pequenas que podem se tornar em grandes ideias.
<b>Empresa C</b>	Artesanato é lazer, saúde, criatividade, produção de peças únicas e diferenciadas e recreação.	Como está atualmente existem duas perspectivas, a primeira é de aumentar a produção, mas sem valorização; a segunda é a decadência, e isso porque falta mão de obra, cada um produz suas próprias peças e com a internet, a facilidade de vendas por ela, há a importação de produtos da China que são acessíveis para todos, enquanto o artesanato leva tempo e custa caro, porque muitas vezes a matéria prima para a fabricação das peças custa mais caro que produtos prontos que são importados da China. Sendo assim, existe muito amor em praticar o artesanato, mas também muito prejuízo.
<b>Empresa D</b>	É uma fonte de renda e uma terapia, uma distração.	Vejo que o artesanato cada vez vai expandir mais, isso porque as pessoas o utilizam como um meio de ocupar o seu tempo, como um escape.
<b>Empresa E</b>	O artesanato é uma fonte de renda, um <i>hobbie</i> , uma distração.	No dia a dia nota-se um crescimento pelo interesse e se aprender o artesanato, até pelo fato da internet dispor de vídeos ensinando a pessoa a fazer qualquer tipo de artesanato.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Visto isso, pode-se perceber que, para os empreendedores, o artesanato, de maneira geral, além de ser uma fonte de renda, ainda é uma forma de distração e de criação de peças diferenciadas e únicas, peças essas que por vezes são criadas a partir da reciclagem de

materiais. Ressalta-se a fala do empreendedor C, que discorre sobre as dificuldades que o artesanato enfrenta nos dias atuais, sendo que, sob a sua percepção, os custos que ele paga pela matéria prima são elevados e que a internet nesse caso é uma ferramenta, que para ele dificulta os seus negócios, pois os clientes, por muitas vezes, podem obter o produto pronto por um preço mais acessível.

Nesse sentido, Albertin (1998) discorre que, por outro lado, a internet ao decorrer do tempo passa a ser um mercado eletrônico complexo, que integra fornecedores, produtores, canais intermediários e clientes, através de redes de relacionamentos. Assim como a comercialização de produtos pela internet pode representar uma ameaça, ela também pode representar uma oportunidade de ampliação de vendas, sendo que para isso é necessário que haja uma adaptação por parte das empresas, buscando obter vantagens que esse meio é capaz de proporcionar.

Com isso, identifica-se que as empresas de artesanato podem utilizar a internet para comercializar seus produtos, para que isso seja feito é preciso que se defina o público alvo e quais os critérios de comercialização que serão utilizados, bem como um breve conhecimento sobre essa tecnologia. Sobre isso, Albertin (1998, p. 60) argumenta que “a resistência a mudanças das pessoas é um dos fatores-chave na adoção de novas tecnologias, assim como a disponibilidade de plataforma tecnológica em todas as residências”.

Além disso, entre as empresas pesquisadas foi possível visualizar a diversidade de seus produtos. Os artesanatos e derivados que são comercializados pela empresa foram identificados e são apresentados no Quadro 10.

Quadro 10 – Artesanatos comercializados pelas empresas

<b>Empresas</b>	<b>Artesanatos que a empresa comercializa</b>
<b>Empresa A</b>	Pintura em tecidos, em latas, em vidros, reciclagens, porta chaves, crochê.
<b>Empresa B</b>	Chinelos bordados, tricô, crochê, tapetes, armarinho.
<b>Empresa C</b>	Pintura, materiais para produção do artesanato (pérolas, tecidos, tintas, pincéis, gesso, MDF, cerâmica) e produtos prontos.
<b>Empresa D</b>	Cursinhos de artesanato, costuras e armarinho em geral.
<b>Empresa E</b>	Crochê, <i>patchwork</i> , bordados como o ponto russo e o ponto cruz, tricô, armarinho em geral e tecidos.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

As empresas pesquisadas comercializam em suas dependências artesanatos diversos, como crochê, tricô, pinturas, cerâmicas, entre outros. É interessante observar que, mesmo que sejam todas elas empresas de artesanato, possuem uma distinta variedade de produção, e até mesmo que seus objetivos alvos de produção distinguem umas das outras.

Sobre isso, pode-se verificar que o segmento de mercado que a empresa atende prioritariamente se distingue, pois a produção, de maneira geral, se difere de empresa para empresa, bem como existe uma variedade e sortimento de produtos ofertados. Para Machado e Crispim (2017, p. 207), “o sortimento e a variedade são fatores relevantes de competitividade e diferenciação”; sendo assim, a diversidade de produtos pode representar um diferencial para as empresas, pois eles passam a ser vistos como produtos exclusivos e autênticos.

Visto isso, é possível perceber que os artesãos possuem em suas mãos uma importante forma de se destacarem no mercado em que atuam; no entanto, eles precisam explorar mais esse fator para alavancar suas vendas. Nesse sentido, até mesmo a divulgação de seus produtos por meio de canais digitais poderia ser uma maneira de aumentar a procura e o interesse dos clientes; segundo Albertin (1998), a aplicação de tecnologia nas estratégias de um negócio pode ser a chave para diferenciar uma empresa de seus concorrentes.

#### 4.2 DESCRIÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO ARTESANATO A PARTIR DA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR

Conhecendo o perfil da empresa e dos empreendedores, busca-se descrever a importância do artesanato sob a percepção desses artesãos. Os empreendedores, para isso, ressaltaram o motivo que os levou a serem artesãos, o que torna notório o seu perfil como gestor da empresa, conforme o Quadro 11.

Quadro 11 – Motivo que levou o empreendedor a ser um (a) artesão (ã)

<b>Empresas</b>	<b>Motivo de ser um (a) artesão (ã)</b>
<b>Empresa A</b>	Eu sempre amei fazer artesanato, daí eu comecei vender e comecei a gostar mais e mais e sempre fiz só isso, nunca trabalhei fora, sempre fiz só artesanato para vender.
<b>Empresa B</b>	Paixão por linha, lidar com agulha, eu sempre gostei, daí eu me descobri, para ganhar dinheiro nos chinelos bordados que eu comecei e deu um bom rendimento, e depois eu passei a trabalhar com as linhas.
<b>Empresa C</b>	Ocupação.
<b>Empresa D</b>	Sempre tive gosto pelo artesanato e por descobrir coisas novas.
<b>Empresa E</b>	Era um negócio em expansão que tinha grande perspectiva de crescimento, e não havia no município nenhum empreendimento nessa área.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Nas falas dos artesãos observa-se que o artesanato é parte de seu cotidiano e que eles amam o que fazem, e por isso escolheram esse ramo de atuação. Para Dornelas (2008), o talento do empreendedor surge através da dedicação, percepção, direção e muito trabalho de pessoas especiais, e que se esse talento existe, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios.

Verifica-se, no discurso da maioria dos empreendedores, a paixão que os leva a exercer esse negócio em suas vidas, ou seja, para eles não é apenas um meio de obter lucratividade e renda, mas também uma maneira de expressar a sua criatividade. Destaca-se, ainda, a Empresa C, que afirma que o motivo que a levou a praticar o artesanato foi a ocupação; sobre isso é interessante identificar que para muitas pessoas o artesanato tem se mostrado uma forma de distração, relaxamento, enfim, de minimizar o estresse que o cotidiano apresenta atualmente.

#### 4.3 EFEITO DA FORMALIZAÇÃO NO AUMENTO DO PERCENTUAL DE CLIENTES DAS EMPRESAS DE ARTESANATO SOB A PERCEPÇÃO DO GESTOR

Para a análise da evolução do número de clientes em relação à legalização, é necessário destacar a quanto tempo as empresas atuam no ramo do artesanato, e há quanto tempo estão devidamente formalizadas, conforme o Quadro 12. Através disso, é possível verificar a percepção dos gestores em relação ao número de clientes.

Quadro 12 – Tempo de atuação e formalização no ramo de artesanato

<b>Empresas</b>	<b>Tempo de atuação</b>	<b>Tempo de formalização</b>
<b>Empresa A</b>	32 anos	20 anos
<b>Empresa B</b>	20 anos	3 anos
<b>Empresa C</b>	18 anos	7 anos
<b>Empresa D</b>	22 anos	22 anos
<b>Empresa E</b>	31 anos	31 anos

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

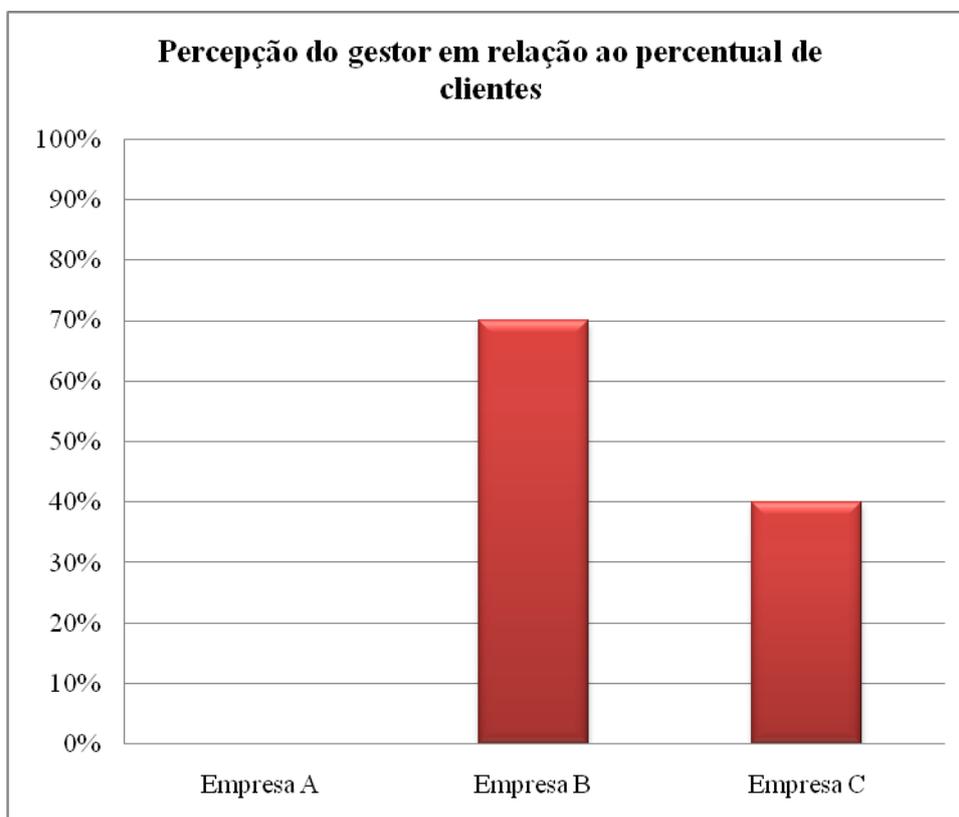
Observando o Quadro 12, nota-se que 2 (duas) das empresas pesquisadas já surgiram formalizadas no mercado de trabalho. Nesse caso, os gestores afirmaram que a legalização foi essencial desde o início, pois sempre pensaram ser necessário seguir os padrões formais e, assim, estabelecer uma relação justa de concorrência, mantendo legitimidade para efeitos fiscais.

É possível verificar ainda que, das empresas que se formalizaram durante o tempo em que atuam no artesanato, tanto a Empresa B como a Empresa C atuam há um período de

tempo bem maior do que o tempo em que estão devidamente formalizadas. Embora haja uma diferença significativa entre o tempo de formalização e o tempo de atuação, as Empresas A e C, relataram em suas falas que, mesmo não sendo o tempo todo MEIs, antes eram licenciadas através do PGA, com a carteira do artesão, o que, no entanto, não lhes assegurava direitos e benefícios que agora possuem, através do MEI.

Para entender se houve crescimento de clientes após a formalização, compreende-se como amostra 3 (três) empresas, pois essas se formalizaram durante o tempo de atuação no ramo artesanal. Sobre esse aspecto, os entrevistados afirmam que o crescimento, sob sua percepção, aconteceu de maneira constante, conforme o Gráfico 3.

Gráfico 3 – Percepção do (a) artesão (ã) em relação ao percentual de clientes após a formalização



Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

O crescimento que as empresas B e C apresentaram, segundo eles, pode ser percebido, pois a partir da formalização alguns aspectos foram fundamentais, como trabalhar com um endereço físico e o reconhecimento da empresa e dos produtos. Já o empreendedor A não constatou nenhum crescimento no percentual de clientes logo ao formalizar sua empresa, isso ocorreu porque ele trabalhava antes de se formalizar apenas com encomendas e com clientes

pré-definidos, o que ele continuou a fazer logo ao se formalizar, no entanto, esse crescimento pode ser percebido de forma gradativa no decorrer dos anos, pois passou a conquistar novos clientes.

Outro fator interessante de ser observado, com relação aos clientes, é que esse percentual ainda aumenta em períodos específicos do ano. Como já mencionado, as empresas, apesar de atuarem no mesmo setor, trabalham com diversos produtos artesanais; sendo assim, cada uma delas apresenta crescimento em épocas distintas, como pode ser visualizado no Quadro 13.

Quadro 13 – Crescimento de clientes em períodos específicos do ano

<b>Empresas</b>	<b>Período específico do ano</b>
Empresa A	Natal e Férias de Janeiro.
Empresa B	Natal e Dia das Mães.
Empresa C	Natal, Páscoa e Dia das Mães.
Empresa D	Natal e Inverno.
Empresa E	Natal, <i>Oktoberfest</i> e Semana Farroupilha.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Nesses períodos específicos do ano, a demanda pelos produtos ofertados aumenta. Visualiza-se, a partir da percepção do gestor, que no natal todas as empresas apresentam crescimento da demanda por seus produtos artesanais, no demais o aumento da demanda ocorre de acordo com as datas em que se assimilam com sua especialização. Esse acréscimo de clientes procurando pelos produtos da empresa é percebido pelos gestores de acordo com os produtos artesanais que cada uma das empresas produz, e sobre isso eles possuem uma estimativa percentual, conforme o Gráfico 4.

Gráfico 4 – Aumento do percentual de clientes em períodos específicos do ano



Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Segundo a percepção dos gestores, há crescimento variável durante o decorrer do ano; no entanto, nessas datas o aumento é perceptível com mais clareza. Nesse sentido, o artesão da Empresa B relata que, durante os outros períodos do ano, ele trabalha produzindo já voltado para suas datas de maiores vendas, e que para isso ele precisa estar observando aspectos como tendências daquele referente produto.

#### 4.4 FATORES QUE INFLUENCIAM O ARTESÃO A BUSCAR A FORMALIZAÇÃO E AS VANTAGENS E DESVANTAGENS PERCEBIDAS APÓS A FORMALIZAÇÃO

O ato da formalização depende unicamente do empreendedor, ou seja, é uma decisão pessoal. Sobre isso, é importante identificar quais os fatores que influenciaram os artesãos na busca por essa formalização, segundo o Quadro 14.

Quadro 14 – Fatores que influenciaram o artesão a buscar a formalização da empresa

<b>Empresas</b>	<b>Fatores que influenciaram a busca pela formalização</b>
<b>Empresa A</b>	Benefícios da previdência social (aposentadoria).
<b>Empresa B</b>	Atuar em endereço comercial; emissão de notas fiscais.
<b>Empresa C</b>	Registros, alvarás e CNPJ; redução tributária; emissão gratuita de notas fiscais; benefícios da previdência social; atuar em endereço comercial; segurança fiscal.
<b>Empresa D</b>	Atuar em endereço comercial; trabalhar corretamente.
<b>Empresa E</b>	Viabilidade; trabalhar corretamente.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Para a maior parte dos entrevistados, o fator de maior influência para formalizar o empreendimento é a atuação em endereço comercial, pois dessa forma eles podem expor os produtos e não correm o risco de perder suas mercadorias ou de sofrer as penas cabíveis a um empreendimento informal. Além disso, eles destacam outros fatores, como os benefícios relacionados à formalização, dentre eles os da previdência social, o que lhes permite segurança, a emissão de nota fiscal que pode proporcionar ao estabelecimento de parcerias, e vendas maiores, como para prefeituras e clubes de mães.

Em relação à emissão de nota fiscal, o gestor da empresa B destacou em sua fala que para formalizar seu empreendimento foi o fator que mais influenciou ele, no entanto após ele estar formalizado, como recebeu um recibo apenas, e seus clientes passaram a reclamar desse recibo, ele pensou não poderia emitir a nota fiscal, mas somente o recibo. Essa era uma informação que ele não tinha conhecimento até o momento da entrevista, pois a partir daí ele descobriu que pode sim emitir a nota fiscal e já está fazendo isso, e em seu relato já fez vendas para empresas, através de seu CNPJ, com a emissão da nota fiscal.

Após realizarem sua formalização, as empresas puderam observar em seu contexto uma mudança. Essa mudança pode ter apresentado tanto aspectos negativos quanto aspectos positivos.

Sobre isso, os artesãos argumentam que as vantagens podem ser percebidas de maneira clara e notória ao realizar o processo de formalização. Isso porque para uma empresa é complicado trabalhar de forma ilegal, pois os riscos são intrínsecos ao contexto informal; além disso, a forma de trabalho, de apresentação dos produtos e serviços são diferentes, de um contexto para o outro. Algumas das vantagens percebidas pelos empreendedores podem ser observadas no Quadro 15.

Quadro 15 – Vantagens percebidas pelo gestor da formalização

<b>Empresas</b>	<b>Vantagens percebidas pelo artesão após a formalização</b>
<b>Empresa A</b>	Trabalhar com prefeituras; encomendas maiores; e vender para as empresas através do CNPJ.
<b>Empresa B</b>	Expor os produtos no endereço físico da empresa.
<b>Empresa C</b>	Adquirir os produtos para a produção do artesanato; por vezes preço diferenciado.
<b>Empresa D</b>	O endereço físico; e a tradicionalidade da empresa.
<b>Empresa E</b>	Tradicionalidade da empresa; confiança dos clientes nos produtos; e o endereço comercial como ponto de referência.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Sobre as vantagens, é interessante observar que as 3 (três) empresas que se formalizaram após a sua entrada no mercado de trabalho apontam como vantagens fatores como a exposição de seus produtos, aquisição de matéria prima e o estabelecimento de parcerias. Esses empreendedores discorreram que antes de legalizar a empresa não era possível tornar seus produtos conhecidos e por isso nem podiam realizar grandes vendas.

Verifica-se que mesmo as empresas que já entraram no mercado de maneira legal apresentam vantagens de manter a formalização. Tanto a Empresa D quanto a Empresa E relatam que graças à formalização puderam obter endereço físico, e que devido a isso conquistaram a confiança de seus clientes e estabeleceram um vínculo de tradicionalidade.

No Portal Empresarial (2017), podem-se encontrar, além das vantagens citadas pelos artesãos, outros direitos dos empreendedores, desde que estejam em dia com os deveres do MEI. Esses direitos são: a formalização simplificada, sem custo e sem burocracia; sua empresa terá um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica); o governo é um grande comprador de mercadorias e serviços, nas suas três esferas: federal, estadual e municipal. Para vender para o governo, é preciso estar formalizado; como pessoa jurídica, tem direito a produtos, serviços bancários e crédito; pode emitir nota e negociar preços, condições e prazos de pagamento com indústrias e atacadistas, na hora de comprar mercadorias para revenda; baixo custo dos impostos em valores mensais fixos; possibilidade de crescimento como empreendedor em um ambiente seguro; desempenhar a atividade de forma legal, sabendo que não sofrerá ações do Estado; ter o apoio técnico e poder fazer cursos do SEBRAE; aposentadoria por idade; aposentadoria por invalidez; auxílio-doença; salário-maternidade e pensão por morte.

No entanto, da mesma forma que as empresas puderam constatar vantagens, elas também sentiram e sentem as desvantagens que se apresentam cotidianamente no âmbito em que estão inseridas. O interessante é que esses aspectos negativos não são apenas em relação à diferença tributária, mas sim à concorrência acirrada, de acordo com o Quadro 16.

Quadro 16 – Desvantagens percebidas pelo gestor após a formalização

<b>Empresas</b>	<b>Desvantagens percebidas pelo artesão após a formalização</b>
<b>Empresa A</b>	Não existe.
<b>Empresa B</b>	Concorrência desleal.
<b>Empresa C</b>	A venda pela internet é uma desvantagem para o artesanato, e para o comércio.
<b>Empresa D</b>	Aumento dos custos da formalidade (impostos, alíquotas, fretes, funcionários); a competitividade é um fator negativo, pois muitos não são formalizados, existem ainda os ambulantes, vendedores de rua e os próprios MEI que possuem diferenciação na sua formalidade.
<b>Empresa E</b>	As desvantagens são em relação aos empreendimentos informais, pois não possuem tributação, por exemplo, nem obrigações, por isso seus preços são inferiores aos da loja.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

É possível identificar que apenas a Empresa A diz não haver nenhuma negatividade em ser formalizada, todas as demais identificam alguma desvantagem na formalização, sobressaindo-se a competitividade. É interessante observar o relato de Silveira e Teixeira (2011), que afirmam que existem muitos motivos que levam os pequenos empreendimentos a não optarem pela formalização, dentre os quais destacam-se o alto custo da legalização, a baixa capacidade para arcar com os custos de impostos e a falta de informações. Nesse caso, a falta de informações é um fator preocupante, pois parte dos empreendedores não sabe nem ao menos quais os passos a serem dados na busca pela formalização, ou não sabem como proceder após a legalização. É o caso da Entrevistada B, que foi influenciada a buscar a formalização, principalmente, para que pudesse emitir notas fiscais; no entanto, até o momento da pesquisa não sabia que poderia sim emitir a nota fiscal como MEI, então pensava que essa era a maior desvantagem em se formalizar.

O gestor da Empresa C vai além, ao apontar a internet como uma forma de concorrência, e observa que atualmente comprar pela internet é uma facilidade, e apresenta como diferencial competitivo a praticidade, pois o consumidor não precisa nem mesmo sair de casa para realizar a compra. A partir de sua percepção, verifica-se que o artesão não faz o uso da internet ao seu favor, pois além de apontá-la como um fator negativo ele também já a vê como uma perspectiva de depreciação do artesanato manual.

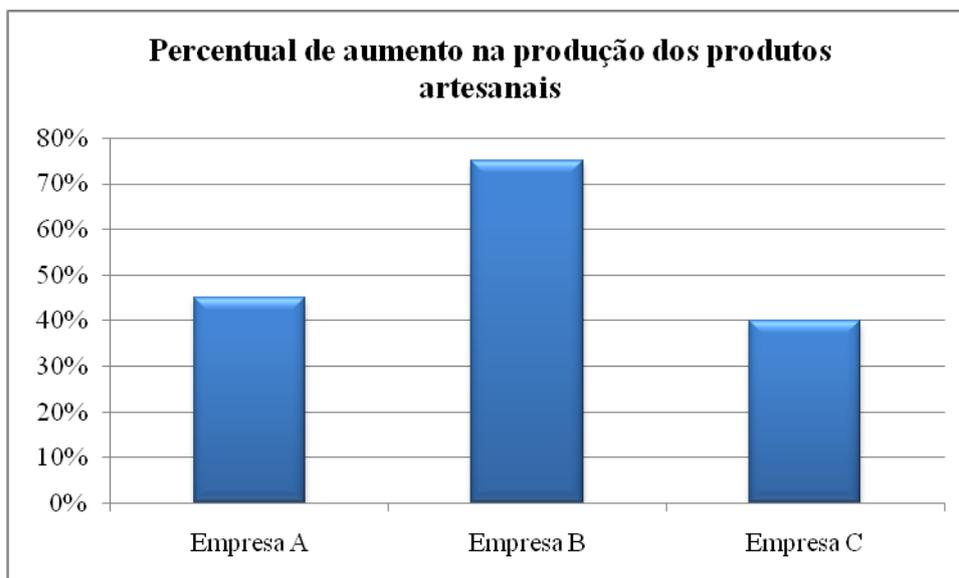
Nesse sentido, segundo Albertin (1998), o mercado eletrônico é caracterizado pelas seguintes facilidades: a onipresença, a facilidade de acesso à informação e o baixo custo de transação. Sendo assim, a internet é uma ferramenta existente e inevitável, pois seu ambiente é uma combinação de vários fatores, “que permite às pessoas compartilhar e comprar

informações. Essa troca acontece rapidamente, usualmente em questão de segundos, usando tecnologia razoavelmente barata e comumente disponível” (ALBERTIN, 1998, p. 56).

#### 4.5 ESTIMATIVA RELACIONADA À PRODUÇÃO DE PRODUTOS ARTESANAIS

Verifica-se que conforme aumenta a procura por determinados produtos também aumenta a sua respectiva produção, os artesãos foram questionados sobre essa percepção de mudança na produção a partir da formalização. Sobre isso, eles afirmam que há um crescimento na quantidade produzida, no entanto eles não possuem números concretos, mas apenas uma estimativa do percentual que era produzido antes e do que passou a ser produzido após a formalização, conforme o Gráfico 5.

Gráfico 5 – Estimativa de produtos artesanais produzidos após a formalização



Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Sobre o aumento na produção, todos os gestores comentaram que houve um crescimento significativo após a formalização. Segundo os artesãos, esse aumento que acontece na sua produção ocorre de fato, pois além de aumentar o número de clientes eles agora podem produzir também para expor em seu espaço físico e tornar seus produtos conhecidos. Com isso, verifica-se que as empresas A, B e C passaram a produzir 45%, 75% e 40% a mais do que produziam antes de estarem formalizadas, respectivamente.

Conforme o depoimento do gestor da empresa A, a formalização gerou influência, concordando que houve um aumento na sua produção após a formalização. É interessante destacar que quanto ao percentual de clientes, o gestor afirma não ter tido essa percepção logo

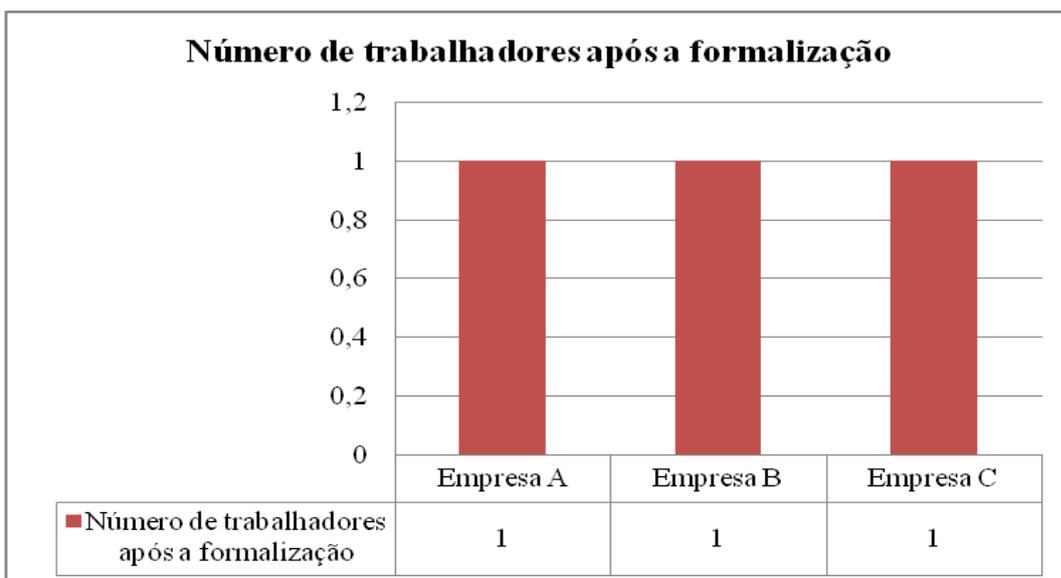
ao formalizar a empresa, isso ocorreu porque com a formalização ele pode expor seus produtos no endereço físico da empresa.

No entanto, verifica-se que os artesãos produzem, basicamente, de maneira aleatória, o que não lhes possibilita a precisão em números. A única empresa que conseguiu expressar em números a produção é a Empresa C, e isso porque ela tem um controle básico de tudo o que entra e o que sai de seu estoque, no entanto utilizou-se o percentual para que pudesse ser feita uma comparação com as demais empresas. Com isso, percebe-se que há a necessidade de sistematizar esses empreendimentos, a fim de que consigam projetar suas vendas futuras.

#### 4.6 INFLUÊNCIA NO NÚMERO DE TRABALHADORES CONTRATADOS ANTES E APÓS A FORMALIZAÇÃO

Em relação ao número de trabalhadores antes e após a formalização, observa-se que pelo fato de 3 (três) das empresas serem MEIs, e essas são as empresas que se formalizaram após algum tempo já estarem atuando nesse ramo, não há um grande crescimento na geração de empregos para o município de Cerro Largo - RS. Isso acontece porque, como já visto, o MEI não possibilita a contratação de mais de 1 (um) funcionário; o número de trabalhadores após a formalização pode ser verificado no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Número de trabalhadores após a formalização da empresa



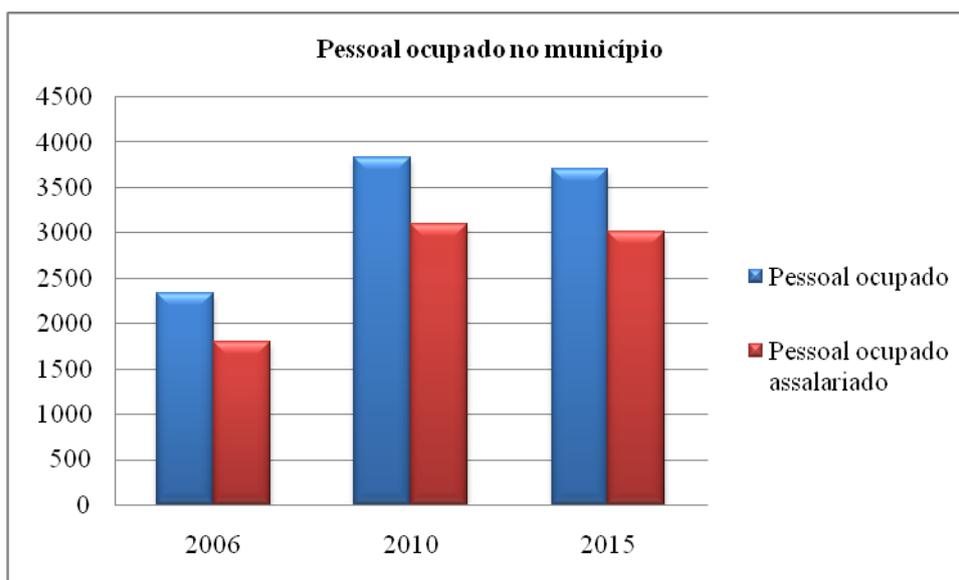
Fonte: Elaborado pela autora, com base nos relatos dos artesãos, 2017.

Antes da formalização os gestores não tinham nenhum trabalhador, pois não tinham essa possibilidade. A Empresa B opera com um trabalhador, no entanto, após a formalização

apenas o funcionário é que exerce o artesanato de fato. O artesão ressalta, ainda, que ele trabalha de acordo com o que tem vontade de fazer, isto é, não faz nada além do que quer produzir, e nem tem uma quantidade e nem tempo determinado para produzir, apenas quando o pedido é feito sob encomenda. No entanto, ele trabalha assim como as outras empresas, com parcerias, com clubes de mães, feiras, e mesmo com prefeituras.

As empresas que já foram criadas de maneira formal trabalham com o mesmo número de funcionários desde seu início. Com isso, pode-se afirmar que a formalização, mesmo que de maneira lenta e progressiva, contribui para a geração de empregos nas empresas de artesanato do município, pois todas as empresas, a partir da formalização, puderam contratar dentro da lei algum funcionário. É possível identificar, a partir de dados do IBGE, o número total de pessoas ocupadas no município, conforme o Gráfico 7.

Gráfico 7 – Pessoas ocupadas e pessoas ocupadas assalariadas



Fonte: Elaborado pela autora, com base nos dados do IBGE, 2017.

Com isso, verifica-se que no ano de 2006 havia 2.341 (duas mil trezentas e quarenta e uma) pessoas ocupadas e 1.804 (mil oitocentas e quatro) pessoas ocupadas assalariadas; em 2010 eram 3.826 (três mil oitocentas e vinte e seis) pessoas ocupadas e 3.097 (três mil e noventa e sete) pessoas ocupadas assalariadas; e, em 2015, o índice de pessoas ocupadas era de 3.699 (três mil seiscentos e noventa e nove) e 3.008 (três mil e oito) pessoas ocupadas assalariadas. O IBGE também verificou o salário médio mensal nesse período, que variou de acordo com a variação de pessoas ocupadas e pessoas ocupadas assalariadas, sendo que em 2006 eram 2,5 salários; em 2010 eram 2,7 salários; e em 2015 eram 2,4 salários médios.

Dessa forma, é possível identificar que, após o ano de 2006, ano em que foi criada a Lei Complementar N° 123, das micro e pequenas empresas, houve um crescimento considerável no número de pessoas empregadas no município. Observa-se, ainda, que as empresas B e C foram criadas após a data da criação da Lei e entraram no mercado formal amparadas por ela, podendo contar com as vantagens e possibilidades que ela oferece. Nesse sentido, podem-se relacionar os incrementos de vendas que a empresa obteve e seu progresso com a criação da referida Lei.

Portanto, embora não seja possível as empresas cadastradas como MEI realizarem uma contratação significativa no número de funcionários, porque a lei não permite, essas empresas entrevistadas demonstram perceber que, em determinadas épocas do ano, caso fosse permitido, seria necessário contratar mais alguns funcionários, pois há um aumento significativo na demanda. Nesse caso, diferentes horários alternativos são utilizados para dar conta da produção e, assim, obter um ganho de renda.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As organizações se constituem a partir de invenções dos homens, com a finalidade de suprir as necessidades humanas, por isso são também de fácil adaptação e mudam de acordo com os desejos de seus clientes. Para obter sucesso em seus negócios, as empresas organizam-se de maneira a facilitar os procedimentos administrativos, pois os responsáveis por esse processo são os indivíduos que estão dispostos a empreender.

Atualmente, os empreendedores têm movimentado o cenário econômico, através de suas inovações e criações de novas empresas, o que pode gerar o desenvolvimento dos locais e regiões em que estão inseridos. Dessa maneira, eles estão ganhando destaque importante e são fontes inesgotáveis de estudos, nos quais busca-se compreender as ações que levam uma pessoa a se tornar um empreendedor, visando ampliar essas ações para potencializar e estimular os aspectos empreendedores.

As ações empreendedoras são diversas, e muitos dos empreendedores criam micro e pequenas empresas a partir da percepção da necessidade ou oportunidade no ambiente em que estão inseridas; no entanto, alguns dos empreendedores ao criarem suas empresas ou seu novo negócio, não os formalizam como deveria ser feito. Essa informalidade, por sua vez, torna-se um aspecto negativo para a geração da economia local.

Nesse sentido, buscou-se, com a presente pesquisa, analisar a influência da formalização das micro e pequenas empresas de artesanato, no município de Cerro Largo - RS, no aumento de clientes e no de crescimento da produção, na percepção do gestor do empreendimento. Assim, elaborou-se um estudo de caso com as 5 (cinco) empresas de artesanato que estão localizadas no centro do município, verificando como ocorre a percepção dos empreendedores sobre a formalização e a sua influência em seus empreendimentos.

Ao realizar-se a pesquisa, pode-se identificar que dos empreendedores investigados apenas 3 (três) deles surgiram de maneira informal, posto que os outros, desde a sua criação, são legalizados. Destaca-se que para os gestores, o principal motivo que os levou a empreender e atuar no ramo em que atuam é pela paixão e pela visualização de uma potencial oportunidade de investimento.

Os empreendedores destacaram, ainda, que existem vantagens e também desvantagens na formalização das empresas. Isso se deve ao fato de eles verificarem, de maneira geral, que os impostos são elevados, além de outros valores que interferem no preço final do produto ou

serviço que comercializam; e, que existe uma concorrência ampla e que se tornou desleal, pois muitos dos concorrentes não estão formalizados. No entanto, ressaltam que estarem formalizados lhes proporciona segurança fiscal, melhor relacionamento com os clientes, endereço físico e outros aspectos que lhes são favoráveis.

No que se refere aos clientes e ao aumento da produção, observou-se que os gestores perceberam que houve aumento significativo nas vendas, e conseqüentemente na sua produção, mesmo que isso tenha ocorrido de maneira gradativa e não logo após a formalização. Essa percepção dos gestores se deve ao fato de que, a partir da formalização, puderam expor seus produtos e tornar seu trabalho conhecido, além disso, passaram a estabelecer parcerias e realizar grandes vendas para empresas ou mesmo para prefeituras, através de seu CNPJ.

A variedade e diversidade de produtos com que as empresas trabalham proporcionam a elas um aumento de produção bem significativo em períodos específicos do ano, variando de acordo com suas especialidades. Nesse sentido, verificou-se que mesmo que as empresas sejam todas do ramo de artesanato, possuem como diferencial competitivo a sua produção distinta, o que as leva a ter um foco diferenciado.

Constatou-se que as empresas, a partir da sua formalização, contrataram, entre as MEIs, um funcionário, e entre as MEs e as PEs, desde seu início, por já serem legalizadas, trabalham com o mesmo número de funcionários. O fato de que o MEI pode contratar apenas um funcionário, foi observado pelos gestores como uma desvantagem.

A partir da análise feita, percebeu-se que as empresas, muitas vezes, não buscam a formalização de seus empreendimentos por falta de informação. Essa falta de informação e de conhecimento é o motivo pelo qual também os gestores não possuem registros formais de produção e clientes, por exemplo. Dessa forma, não obtêm um controle exato do que suas empresas podem produzir e gerar.

Por fim, a partir do que se verificou nas empresas investigadas, referente à formalização, identificou-se que os empreendedores possuem uma percepção da influência de sua formalização. Conseguem, assim, identificar por meio de uma estimativa um aumento de clientes após a formalização, assim como descrever um percentual de produção, e da mesma forma podem identificar a contribuição que as empresas de artesanato apresentam para a geração de empregos no município, pois a partir da sua formalização cada uma das empresas pode contratar um funcionário.

Por último, cabe ressaltar que se torna cabível sugerir às empresas que elaborem um modelo básico de controle de produção e de número de clientes, possibilitando assim uma previsão futura de demanda e de investimentos a serem realizados. Esse controle é interessante para que os empreendedores possam controlar seus procedimentos financeiros e tomarem decisões importantes a respeito de quantidade a ser produzida para ser ofertada, preço do produto e organização geral da empresa. É importante que os gestores passem a explorar e usar de maneira mais ampla os documentos de controle interno sugeridos pelo site do SEBRAE para as micro e pequenas empresas, para obter uma profissionalização do seu empreendimento e assim crescer com solidez e êxito no seu ramo de atividade.

É relevante salientar a importância de que estudos futuros sejam desenvolvidos demonstrando ferramentas de gestão, tais como, livro de controle de caixa, planilhas de controle de estoque, planilhas de controle de custos fixos e variáveis ou até uma agenda para controlar contas a pagar e a receber, que possam vir a ser utilizadas por essas empresas para realizar uma gestão eficaz. É interessante, ainda, que sejam realizados estudos comparativos em relação às micro e pequenas empresas de artesanato da região, para verificar se existe uma influência proporcionada pela formalização das micro e pequenas empresas de artesanato, e como ela reflete na produção e geração de empregos.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico: benefícios e aspectos de sua aplicação. **Revista de Administração de Empresas**, v. 38, n. 1, p. 52-63, 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901998000100006&script=sciarttext&tlng=pt>>. Acesso em: 14 ago. 2017.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 1(1): 25-38, 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>>. Acesso em: 14 ago. 2017.
- BNDES. **Porte de empresa**. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Apoio\\_Financeiro/porte.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/porte.html)>. Acesso em: 15 mai. 2016.
- BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto – Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm)>. Acesso em: 09 mai. 2016.
- \_\_\_\_\_. **Programa do Artesanato Brasileiro**: Base conceitual do artesanato brasileiro. 2012. Disponível em: <[http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl\\_1347644592.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf)>. Acesso em: 05 mai. 2016.
- CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Introdução à teoria geral da administração**. Elsevier Brasil, 2003.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce e se cria uma empresa. São Paulo, SP: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DOS SANTOS ESTUMAN, Risalva; DOS SANTOS, Luciene do Socorro Santana. Vantagens e desvantagens da formalização do microempreendedor individual no município de Belém-PA. **Revista de Administração e Contabilidade da Faculdade Estácio do Pará**, v. 2, n. 3, 2015. Disponível em: <<http://revistasfap.com/index.php/rac/article/view/33/39>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: 1. ed. UFERGS-Editora, 2009. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?id=dRuzRyEIzmkC&printsec=frontcover&dq=M%C3%A9todos+de+pesquisa&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwisneKStt3MAhVFh5AKHcQmD80Q6AEIHDA#v=onepage&q=M%C3%A9todos%20de%20pesquisa&f=false> >. Acesso em: 13 mai. 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

KELLER, Paulo Fernando. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Política & Trabalho**, n. 41, 2014. Disponível em: < <http://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/21342/12653> >. Acesso em: 14 ago. 2017.

LACERDA, Clodoaldo Fabrício José; TEIXEIRA, Swellen Aparecida. **Empreendedor individual e as vantagens da formalização no Brasil**. 2012/2013. Disponível em: < [http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes\\_interdisciplinares/pdf/revista11/EMPREENDEDOR\\_INDIVIDUAL.pdf](http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes_interdisciplinares/pdf/revista11/EMPREENDEDOR_INDIVIDUAL.pdf) >. Acesso em: 13 mai. 2016.

LAKATOS E MARCONI. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MACHADO, Mário Duarte dos Santos; CRISPIM, Sergio Feliciano. Retail Mix Differences between Off-line and On-line Stores of the Same Chain. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 2, p. 203-226, 2017. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v21n2/1415-6555-rac-21-02-00203.pdf> >. Acesso em: 14 ago. 2017.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MAROLLI, Gisele. **Desenvolvimento local: um estudo baseado na importância das micro e pequenas empresas no município de Pitanga/PR**. Disponível em: < <http://www.unc.br/mestrado/editais/DISSERTACAO-GISELE-MAROLLI%20COMPLETA.pdf> >. Acesso em: 13 mai. 2016.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 6 ed. São Paulo: Atlas: 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

PASSOS, Carlos Roberto Martins; NOGAMI, Otto. **Princípios de economia**. 5. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

PORTAL EMPRESARIAL. **Microempreendedor Individual**. 2017. Disponível em: <<http://portal-empresarial.com.br/mei.html>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. **Artesanato gaúcho: Procedimentos administrativos, atendimento e cadastramento de artesãos**. Porto Alegre: FGTAS, 2010.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 13.518 de 13 de setembro de 2010**. Institui o Programa Gaúcho de Artesanato - PGA, cria o Comitê Gaúcho de artesanato - CGA e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.fgtas.rs.gov.br/programas>>. Acesso em: 08 mai. 2016.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

SANTOS, Anselmo Luís dos; KREIN, José Dari; CALIXTRE, Andre Bojikian (org.). **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ipea, 2012. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/livros/livros/livro\\_micro\\_pequenasempresas.pdf](http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_micro_pequenasempresas.pdf)>. Acesso em 07 mai. 2016.

SANTOS, Lucas Maia dos; SILVA, Gustavo Melo; NEVES, Jorge Alexandre Barbosa. Risco de sobrevivência de micro e pequenas empresas comerciais. **Revista de Contabilidade e Organizações**, Ribeirão Preto, Vol. 5, p. 107-124, janeiro/abril 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34788/37526>>. Acesso em: 13 mai. 2016.

SEBRAE. **Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2016.

SEBRAE. **Pesquisa com comerciantes de artesanato**. 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fa14f75994c971bb24c07f89b93df84/\\$File/5141.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fa14f75994c971bb24c07f89b93df84/$File/5141.pdf)>. Acesso em: 07 mai. 2016.

SEBRAE. **Artesanato Brasil**. 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/\\$File/6078.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/$File/6078.pdf)>. Acesso em: 14 ago. 2017.

SILVA, Fernanda de Lima Araújo; ALVES, Marcelo Evandro. A FORMALIZAÇÃO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NO MUNICÍPIO DE NOVA OLÍMPIA/MT. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, v. 1, n. 1, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.unemat.br/index.php/ruc/article/view/601/519>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

SILVEIRA, Jane Paula; TEIXEIRA, Milton Roberto de Castro. Empreendedor individual e os impactos pós-formalização. **Revista do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Extensão**, p. 223-252, 2011. Acesso em: 14 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. Empreendedor individual e os impactos pós-formalização. Perquirere. **Revista do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Extensão**. Patos de Minas: n.8, V. 1, jul. 2011, pp. 223-252. Disponível em: <[http://perquirere.unipam.edu.br/documents/23456/50270/empreeen\\_dedor\\_individual\\_e\\_os\\_impactos.pdf](http://perquirere.unipam.edu.br/documents/23456/50270/empreeen_dedor_individual_e_os_impactos.pdf)>. Acesso em: 13 mai. 2016.

STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2010.

TRIGUEIRO, Francisco Mirialdo Chaves; MARQUES, Neiva de Araújo. **Teorias da Administração I**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

ULYSSEA, Gabriel. **Informalidade e desempenho econômico**: uma análise dos impactos micro e macroeconômicos de políticas para a formalização. Brasília: Rio de Janeiro: Ipea, 2013. Disponível em:<[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td\\_1900.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1900.pdf)>. Acesso em: 14 mai. 2016.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia**: micro e macro. 5 ed. São Paulo: Editora Atlas S. A. 2011.

VICECONTI, Paulo E. V.; NEVES, Silvério das. **Introdução à economia**. 10. ed. São Paulo: Frase Editora, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**APÊNDICE A - Entrevista para o (a) artesão (ã)****UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL - UFES****Entrevista para o (a) artesão (ã)**

**Roteiro de entrevista para identificar qual a influência da formalização das micro e pequenas empresas de artesanato no crescimento da produção, no município de Cerro Largo - RS.**

1. Nome do entrevistado:
  
2. Qual o porte da sua empresa?
  
3. Qual a sua formação escolar:
  - ( ) Ensino Fundamental Incompleto
  - ( ) Ensino Fundamental Completo
  - ( ) Ensino Médio Incompleto
  - ( ) Ensino Médio Completo
  - ( ) Ensino Superior Incompleto \_\_\_\_\_
  - ( ) Ensino Superior Completo \_\_\_\_\_
  
4. Para você o que é artesanato? E qual seu ponto de vista em relação ao artesanato para o futuro?
  
5. Qual foi o motivo que levou você a ser um (a) artesão (ã)?

6. Há quanto tempo você atua na área de artesanato? E há quanto tempo está formalizado como artesão (ã)?
7. Quais artesanatos você comercializa (exemplo: peças decorativas, trabalho em madeira, crochê, tricô, pintura, bordados, entre outros)?
8. Na sua percepção houve crescimento de número de clientes após a legalização da empresa? Dê uma estimativa de quantos clientes havia antes e quantos clientes a empresa possui agora?
9. Quais são os fatores que influenciaram você a buscar a formalização para seu empreendimento (por exemplo: Registros, alvarás e CNPJ; Redução Tributária; Emissão gratuita de notas fiscais; Benefícios da previdência social; Atuar em endereço comercial; Segurança fiscal; Programas diferenciados para empréstimos e financiamentos, entre outros)?
10. Quais vantagens você como artesão (ã), percebe que a formalização proporcionou para seu negócio?
11. Quais as desvantagens ou aspectos negativos que você pode perceber a partir da formalização?
12. Quantos produtos você produzia e quantos produtos produzem após a formalização? Explique.
13. Quantas pessoas trabalhavam com você antes da formalização e quantas trabalham agora? Há um aumento no número de clientes em períodos específicos (exemplo: Natal, Dia das Mães, entre outros)?

**APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)****Comitê de Ética em Pesquisa - CEP/UFFS****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)****para Artesão(ã)**

Proposição de uma análise da formalização das micro e pequenas empresas de artesanato no município de Cerro Largo - RS.

Prezado (a) participante:

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa: A formalização das micro e pequenas empresas do município de Cerro Largo – RS, desenvolvida por Raquel Barragan, discente do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus de Cerro Largo, sob orientação da Professora Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes. O objetivo central do estudo é analisar a influência da formalização no aumento de clientes, crescimento da produção e a possível influência na geração de empregos no município de Cerro Largo – RS, na percepção do gestor do empreendimento.

Para as micro e pequenas empresas de artesanato esse estudo é relevante, pois o estudo sobre o tema é distinto em se tratando de contexto pouco explorado. Além disso, serve para ponderar sobre as vantagens e desvantagens da formalização das empresas, podendo assim, evidenciar a influência na produção.

O convite a sua participação se deve à sua atuação na gestão da empresa de artesanato. Sua participação é importante no desenvolvimento da pesquisa, por que a partir das informações obtidas, será possível concretizar o estudo a respeito da formalização das micro e pequenas empresas e sua influência no crescimento da produção.

Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como desistir da colaboração nesse estudo no momento em que desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma forma de penalização. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desista da mesma. Contudo, ressalta-se, novamente, que ela é muito importante para a execução e concretização da pesquisa.

Você não receberá remuneração e nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação voluntária. Ainda, serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações prestadas por você, já que o material será armazenado em local seguro e apenas a pesquisadora e sua professora orientadora terão acesso direto aos dados obtidos através do questionário. A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste Termo.

#### Identificação do participante ao longo do trabalho

Caso você queira que seu nome ou de sua empresa de artesanato seja exposto ao longo do trabalho, você deve consentir.

Você deseja que seu nome seja exposto ao longo do presente estudo?

Sim  Não

Ressalvas: \_\_\_\_\_

---

Você deseja que o nome de sua empresa de artesanato seja exposto ao longo do presente estudo?

Sim  Não

Ressalvas: \_\_\_\_\_

---

A sua participação consistirá em responder a um roteiro de entrevista. A entrevista será aplicada e, posteriormente, transcrita para analisar, em profundidade, o conteúdo das respostas. O tempo de duração da entrevista é de, aproximadamente, uma hora e trinta minutos. A entrevista será transcrita pela pesquisadora, ficando num banco de dados organizado pela pesquisadora. Estando disponível para qualquer consulta a qualquer tempo, os detalhes relacionados à sua entrevista.

O benefício relacionado com a sua colaboração nesta pesquisa é de que essas informações poderão servir de base para que e você possa gerir de forma mais adequada o seu empreendimento e para o desenvolvimento de esclarecimentos sobre as vantagens e desvantagens da formalização.

Para as empresas de artesanato pesquisadas o estudo será de extrema relevância porque possibilitará que se identifique em que medida a formalização desses

empreendimentos representou vantagem ou desvantagem para tais empresas pesquisadas e, também, trará informações que poderão auxiliar estudos futuros a respeito desse tema.

A participação na pesquisa poderá causar riscos como o constrangimento ou desconforto ao ter que responder alguma pergunta de cunho pessoal e/ou relacionada à sua empresa de artesanato. Assim, caso preferir, o respondente, poderá colocar suas respostas em um envelope e lacrá-lo para posterior averiguação, por parte da pesquisadora, ou, ainda, poderá deixar em branco, questões se lhe bem entender. Uma vez que os benefícios da pesquisa são extremamente relevantes para o grupo envolvido. Os encaminhamentos que serão realizados para reduzir os efeitos, dos riscos e constrangimentos consistem em preservar o diagnóstico da pesquisa e manter a integridade dos participantes.

Você estará exposto aos seguintes riscos e constrangimentos: disponibilizar informações e percepções de cunho pessoal em relação ao processo de formalização de sua empresa, apresentar informações referente às vantagens e desvantagens da mesma.

Para que ocorra a redução dos constrangimentos e riscos, você pode, a qualquer tempo, optar por não responder determinado questionamento ou mesmo se recusar a participar da pesquisa. E todos os questionários serão mantidos em caráter sigiloso, tendo a comunidade em geral acesso apenas às informações gerais, após a compilação e análise geral dos questionários, tendo apenas o respondente e a pesquisadora acesso às pesquisas individuais. De acordo com o que for questionado e conforme a preferência do respondente, o questionário pode ser realizado em um local reservado, evitando o desconforto do respondente aos questionamentos.

Os resultados serão divulgados em eventos e/ou publicações científicas mantendo sigilo dos dados pessoais. Além disso, após a conclusão da pesquisa você receberá o retorno a respeito dos resultados encontrados, via e-mail.

Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em seu poder e a outra será entregue ao pesquisador. Não receberá cópia deste termo, mas apenas uma via.

Desde já agradecemos sua participação!

Cerro Largo, RS, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

---

Raquel Gomes Barragan

---

Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes

Telefone: (55) 3359 3950, ramal 4233 / e-mail: denise.fernandes@uffs.edu.br / Endereço para correspondência: Universidade Federal da Fronteira Sul / UFFS – Campus Cerro Largo, Rua Major Antônio Cardoso, 590, Cerro Largo – RS – CEP: 97900-000.

Declaro que entendi os objetivos e as condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Nome completo do (a) participante: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Em caso de dúvida quanto à condução ética do estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS: Tel. e Fax: (49) 2049 3745 / e-mail: cep.uffs@uffs.edu.br  
Endereço: Universidade Federal da Fronteira Sul / UFFS – Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS, Rua General Osório, 413D – CEP: 89802-210 - Caixa Postal181 – Centro - Chapecó – Santa Catarina – Brasil.