

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE E
SECRETARIADO

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO RAMO
DE VÍDEO-LOCADORAS EM FORTALEZA

LUCIANO JOSÉ DO NASCIMENTO ANDRÉ

FORTALEZA, DEZEMBRO, 2003

816 150619

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO RAMO
DE VÍDEO-LOCADORAS EM FORTALEZA

LUCIANO JOSÉ DO NASCIMENTO ANDRÉ

Orientador: SERAFIM FIRMO DE SOUZA FERRAZ

Monografia apresentada à Faculdade de Economia,
Administração, Atuaria, Contabilidade e Secretariado, para
obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas.

FORTALEZA – CE
2003

Esta monografia foi submetida à Coordenação de Curso de Administração, como sendo parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas de ética científica.

	Média
<hr/> Luciano José do Nascimento André	
	Nota
<hr/> Professor Serafim Firmo de Souza Ferraz Professor Orientador	
	Nota
<hr/> Professor Laudemiro Rabelo de Souza e Moraes Membro da Banca Examinadora	
	Nota
<hr/> Professor Heber José Teófilo de Moura Membro da Banca Examinadora	

Monografia aprovada em 17 de Dezembro de 2003.

DEDICATÓRIA

A minha esposa, Elsa Shirlene Silva Costa do Nascimento, fonte de inspiração para este trabalho ao desejar se tornar empreendedora e aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

A DEUS, que nos deu vida e inteligência, e que nos dá força para continuar a caminhada em busca dos nossos objetivos.

A minha esposa, pela compreensão dispensada nos inúmeros momentos em que estive ausente empenhado na realização deste trabalho.

Aos meus pais e irmãos, que me ensinaram a não temer desafios e a superar os obstáculos com humildade.

Ao Professor Serafim Ferraz, pela orientação dada e pelos ensinamentos transmitidos.

Ao Professor Heber Moura, pelas horas dedicadas à análise deste trabalho e pelas inúmeras contribuições.

Ao amigo Josué por colaborar com o desenvolvimento do questionário de pesquisa.

Ao amigo Galdino pela abertura das portas de acesso aos empreendedores, com o único intuito de ajudar um amigo.

Aos amigos Renato, Luciano Sá, Iolauo, Waleska, Elienay, Roberta, Karen e todos os outros que compartilharam das minhas angústias e pelo espírito de companheirismo e amizade demonstradas em todos os momentos deste trabalho.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho.

Aos empreendedores que responderam à pesquisa, pois sem a sua contribuição este trabalho não poderia ser concluído.

PREFÁCIO

Esta monografia tem por objetivo estudar as competências empreendedoras, avaliando se a permanência de um negócio estabelecido num determinado ramo pode estar associado à presença destas competências.

RESUMO

O objetivo principal deste trabalho é avaliar a associação entre a permanência de um negócio no ramo de vídeo-locadoras em Fortaleza e as competências empreendedoras requeridas para o desenvolvimento da atividade. Primeiramente é abordado o tema empreendedorismo: suas fundamentações e conceitos, origem e evolução histórica, importância e benefícios, os fatores preponderantes para o seu desenvolvimento. Com relação ao empreendedorismo no Brasil são apresentados os pontos mais importantes do relatório Global GEM 2002, e um quadro atual das empresas no Brasil com relação à natalidade e mortalidade das empresas baseando-se em dados do IBGE, MTE e Sebrae. Em seguida é apresentado o que vem a ser o empreendedor, as razões que levam as pessoas a serem empreendedoras e as características dos empreendedores de sucesso. Mais adiante é abordado o tema competências, destacando-se as competências empreendedoras e o que vem a ser o processo empreendedor. Por fim são apresentados os resultados de uma pesquisa realizada junto a empreendedores do ramo de vídeo-locadoras, quanto às motivações que o fizeram empreender e com relação à escolha do ramo, as competências demonstradas pelos empreendedores, a relação das competências com a continuidade do negócio e o perfil dos empreendedores que participaram da pesquisa.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA	iv
AGRADECIMENTOS	v
PREFÁCIO	vi
RESUMO	vii
SUMÁRIO	viii
LISTA DE TABELAS	x
LISTA DE GRÁFICOS	xi
INTRODUÇÃO	1
1. EMPREENDEDORISMO	3
1.1 Conceito	3
1.2 Origem e análise histórica do surgimento do empreendedorismo	4
1.3 Importância do desenvolvimento do empreendedorismo	6
1.4 Benefícios do empreendedorismo	8
1.5 Fatores preponderantes para o desenvolvimento do empreendedorismo	9
1.6 Empreendedorismo no Brasil	10
1.7 Panorama das empresas no Brasil	12
2. O EMPREENDEDOR	17
2.1 Definição do que vem a ser o empreendedor	17
2.2 Razões que levam as pessoas a serem empreendedoras	19
2.3 Características do empreendedor de sucesso	20
2.4 Mitos e realidades sobre o empreendedor	22
3. FATORES E COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS BÁSICAS PARA O SUCESSO DO EMPREENDEDOR	25
3.1 Fatores para o sucesso do empreendedor	25
3.2 Competências empreendedoras	27
3.2.1 Elementos da profissão de empreendedor	28

4. PESQUISA	35
4.1 Objetivo da pesquisa	35
4.2 Delimitação do estudo	35
4.3 Relevância do estudo	35
4.4 Metodologia da pesquisa	36
4.5 Coleta de dados	37
4.6 Análise dos dados	39
4.6.1 Motivações para empreender	39
4.6.2 Motivações pela escolha do ramo	40
4.6.3 Identificação das competências dos empreendedores	41
4.6.4 Relação do tempo de existência do negócio com o nível das competências	45
4.6.5 Relação da situação do negócio com os níveis das competências	51
4.6.6 Auto-análise dos empreendedores com relação às competências	53
4.6.7 Auto-análise dos empreendedores com relação a outros fatores para a permanência do negócio	54
4.6.8 Fatores para o fracasso segundo os empreendedores	54
4.6.9 Formas de aquisição das competências	55
4.6.10 Perfil dos empreendedores	56
CONCLUSÕES	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
ANEXOS	
ANEXO 1: Box BR 15 - Condições Estruturantes que afetam o Empreendedorismo	62
ANEXO 2: Box BR 15 - Condições Estruturantes que afetam o Empreendedorismo - Continuação	63
ANEXO 3: Box BR 16 – Aspectos que favorecem	64
ANEXO 4: Box BR 16 – Aspectos que favorecem – Continuação	65
ANEXO 5: Box BR 17 – Como promover o Empreendedorismo no Brasil	65
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	66

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Nascimentos e mortes, por segmento econômico – 1997-2001	12
TABELA 2 – Taxas médias de natalidade e mortalidade, por porte e segmentos econômicos – 1997-2001	14
TABELA 3 – Idade das empresas existentes, por porte – 2001	15
TABELA 4 – Distribuição do número de empresas no Brasil – 2000	15
TABELA 5.1 – Tempo no ramo (anos) x Níveis das competências	46
TABELA 5.2 – Tempo no ramo (anos) x Níveis das competências (Continuação)	48
TABELA 6 – Relação entre o Tempo de permanência do negócio no ramo e o nível das competências	50
TABELA 7 – Auto-análise dos empreendedores com relação a outros fatores para a permanência do negócio	54

UNIAS

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Taxas médias anuais de natalidade e de mortalidade de empresas, por segmento econômico período 1997-2001	13
GRÁFICO 2 – Distribuição do número de trabalhadores nas empresas formais, segundo o setor de atividade e o porte (%)	16
GRÁFICO 3 – Identificação das competências empreendedoras	41
GRÁFICO 4 – Tempo no ramo	46
GRÁFICO 5 – Relação da situação do negócio (Lucro) com os níveis das competências	51
GRÁFICO 6 – Relação da situação do negócio (Se mantendo) com os níveis das competências	52
GRÁFICO 7 – Auto-análise dos empreendedores com relação às competências	53
GRÁFICO 8 – Formas de aquisição das competências	55

INTRODUÇÃO

O termo Empreendedorismo originário da expressão francesa *entrepreneurship* que numa interpretação generalista significa a criação de algo novo, diferente, se encontra presente em qualquer organização que promova a inovação e a mudança.

A imagem mais clara da presença do empreendedorismo na sociedade, desde os primórdios, seria as invenções que revolucionaram a maneira de organização das organizações.

Por trás das invenções identifica-se o que hoje se chama Empreendedorismo, em que seu agente – O Empreendedor – é o elemento mobilizador das transformações, conforme descreve DORNELAS (2001:19).

“... essas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém anteriormente ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias, que questionam, que arriscam, que querem algo diferente, que fazem acontecer, que empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado ...”.

Ainda segundo DORNELAS (2001), essa atividade, que se caracterizava pelo empirismo e era relegado ao desconhecimento das pessoas, atualmente é fundamentada em estudos e princípios.

O empreendedorismo é influenciado por diferentes aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais. A importância de se estudar o empreendedorismo, como será demonstrado neste trabalho, resulta primeiro da preocupação dos governos com o desenvolvimento econômico e de instituições e órgãos ligados ao desenvolvimento das empresas quanto a questão do índice de mortalidade das empresas, em particular das micro e pequenas, e em segundo quanto ao sucesso de empreendedores que, quer por motivos financeiros ou de realização, iniciam sua jornada empreendedora muitas vezes despreparado para exercer tal atividade contribuindo para o fechamento de inúmeras empresas em poucos anos.

Por tanto este trabalho veio a adicionar mais conhecimento a esta área, na medida que coloca em avaliação se a permanência de um negócio em determinado ramo está associado à presença das competências empreendedoras.

No capítulo 1 faz-se uma abordagem sobre o estudo do empreendedorismo, principais conceitos, origem e análise histórica, sua importância para o desenvolvimento das nações, os benefícios trazidos e os fatores preponderantes para o seu desenvolvimento.

Complementando o exposto sobre o empreendedorismo são apresentados o estudo deste fenômeno no Brasil baseado na pesquisa do GEM¹ e um quadro atual das empresas no Brasil a partir de dados de órgãos e instituições ligado ao governo e ao desenvolvimento do empreendedorismo (Sebrae, IBGE, MTE, etc).

No capítulo 2 é realizado um estudo sobre o empreendedor, os diversos conceitos referentes ao mesmo, as razões que levam as pessoas a se tornarem empreendedoras, características dos empreendedores de sucesso, e um estudo sobre os mitos e realidade sobre a figura do empreendedor.

No capítulo 3 é abordado o que vem a ser competência, como o empreendedor se desenvolve por meio do processo empreendedor, e um estudo sobre os elementos críticos da profissão de empreendedor, que engloba suas atividades críticas, características, competências e aprendizados.

No capítulo 4 é apresentada a pesquisa em empresas existentes do ramo de vídeo-locadoras para se analisar a existência de alguma relação da permanência do negócio no ramo com as competências que os empreendedores venham a ter, iniciando por seus objetivos, a metodologia, a coleta e os resultados dos dados obtidos com a pesquisa.

Por fim, apresentam-se as conclusões referentes ao assunto estudado na pesquisa objetivo desta monografia.

¹ GEM: Global Entrepreneurship Monitor

CAPÍTULO 1

EMPREENDEDORISMO

DORNELAS (2001: 21) considera o momento atual como sendo “a era do empreendedorismo”, pois barreiras comerciais e culturais estão sendo derrubadas, as distâncias encurtadas, conceitos econômicos renovados, novas relações de trabalho e empregos criados e paradigmas quebrados sendo todas estas mudanças advindas do empreendedor.

Segundo DRUCKER (1987) o empreendedorismo está fundamentada na teoria da economia e da sociedade como sendo um elemento pertencente e necessário à mesma. A evolução da sociedade se dá quando seus padrões são questionados e repensados para que então se desenvolvam as mudanças necessárias.

“A prática do empreendimento está assentada numa teoria da economia e sociedade. A teoria vê a mudança como um fato normal, e, até mesmo, como saudável. E também vê a principal tarefa na sociedade, e especialmente na economia, como sendo a de fazer alguma coisa diferente e não a de fazer melhor o que já está sendo feito” DRUCKER (1987: 34).

DRUCKER (1987: 34) demonstra isso ao relatar o papel do empreendedor citado pelo economista Say descrevendo que “o empreendedor perturba e desorganiza” e seguido por Joseph Schumpeter ao reformular sua citação descrevendo que “sua tarefa é a ‘destruição criativa’”.

1.1 Conceito

DRUCKER (1987: 29) considera o empreendedorismo como sendo uma “prática e uma disciplina” que pode ser desenvolvida, e que o mesmo se apresenta quando algo novo surge de forma a mudar ou transformar valores já existentes.

CHAGAS (1999) ao definir empreendedorismo cita que é uma livre tradução do termo *entrepreneurship* e que empreender é uma atividade abrangente e resultado da necessidade de realização do empreendedor.

“É uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*. Designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas além da criação de empresas:

- geração do auto-emprego (trabalhador autônomo);
- empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendem);
- intra-empreendedorismo (o empregado empreendedor);
- políticas públicas (políticas governamentais para o setor)”
CHAGAS (1999: 29-30).

Essa abrangência de definição permite inicialmente uma visão da amplitude do conceito sobre empreendedorismo e os campos de atuação.

Para complementar a definição, CHAGAS (1999) coloca o empreendedorismo como sendo um fenômeno cultural, ou seja, os empreendedores surgem da influência existente no meio em que vivem. Mas à frente serão abordados os fatores preponderantes para o desenvolvimento do empreendedorismo.

1.2 Origem e análise histórica do surgimento do empreendedorismo

DORNELAS (2001) faz uma ampla abordagem da origem e análise histórica do empreendedorismo.

- Origem: Tradução livre do termo francês *entrepreneur* e que quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.
- Primeiro uso do termo empreendedorismo: Pode ser atribuído a Marco Pólo ao tentar estabelecer uma rota comercial para o Oriente, pois este assinou um contrato para vender as mercadorias de um capitalista da época. Neste acontecimento o capitalista assumia os riscos de forma passiva, enquanto Marco Pólo corria todos os riscos físicos e emocionais.
- Idade Média: O termo foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Nesta época o termo empreendedor não estava associado a fato de assumir os grandes riscos, mas somente ao ato de gerenciar, pois os recursos eram provenientes do governo do país.

- Século XVII: Nesta época foi que se relacionou o empreendedorismo a atitude de se assumir riscos. Em acordos contratuais com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos, os preços eram pré-estabelecidos, e caso ocorresse lucro ou prejuízo, o fato era de inteira responsabilidade do empreendedor. Richard Cantillon, escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos um dos criadores do termo empreendedorismo, por ser um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assume os riscos, do capitalista – aquele que fornece o capital.
- Século XVIII: Época em que definitivamente o capitalista e o empreendedor foram diferenciados, provavelmente devido ao fato de se ter o início da industrialização no mundo.
- Século XIX e XX: Os empreendedores são geralmente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), observados somente no aspecto econômico como aquele que organiza a empresa, paga os empregados, planejam, dirige e controla as ações da organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Segundo ainda DORNELAS (2001), o movimento do empreendedorismo no Brasil iniciou-se na década de 1990, com:

- A criação do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) que tem como objetivo dar todo o suporte para a iniciação e desenvolvimento das empresas.
- Criação do Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) que tem o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia.
- Os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços), que apóiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software (*start-ups*);
- Criação de atividades de capacitação do empreendedor como: EMPRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae e o programa Brasil Empreendedor do Governo Federal.

- Cursos e programas em universidades para o ensino do empreendedorismo.
- A explosão de criação de empresas de internet no país.
- O crescente movimento de criação de incubadoras de empresas.

1.3 Importância do desenvolvimento do empreendedorismo

O estudo sobre o empreendedorismo resulta da necessidade de esclarecer e disseminar a cultura empreendedora na sociedade. Para as nações, é de grande importância o desenvolvimento do empreendedorismo como alicerce para o seu desenvolvimento político a partir da adoção de regras, leis e constituição de instituições que apóiem o funcionamento das empresas geradas; desenvolvimento econômico por meio da geração de novas tecnologias e técnicas de produção, permitindo o aumento da produtividade, redução de desperdícios e exportação de produtos e serviços a novos mercados; e desenvolvimento social por meio da geração de novos empregos e distribuição de renda.

STONER; FREEMAN (1985) argumenta que antes de 1960, embora os economistas compreendessem a importância do empreendedorismo, o mesmo era subestimado não sendo considerado como um fato relevante para o desenvolvimento econômico devido aos seguintes fatores:

1. Os economistas se importavam mais com as grandes empresas, consideravam que todo o desenvolvimento econômico era proveniente dos mesmos o que não permitia identificar que a maioria dos novos empregos era criada por empresas menores e mais novas.
2. Outro ponto era a visão da economia voltada para administrar a demanda por parte dos consumidores, desconsiderando a novas formas de oferta desenvolvida pelos empreendedores a partir da organização de novos recursos produtivos para sua expansão.

A partir destas considerações STONER e FREEMAN descrevem que as duas principais contribuições do empreendedorismo são a criação de empregos e o desenvolvimento de novos produtos e serviços que atendam as necessidades do mercado.

UNIAS

STONER; FREEMAN (1985) afirmam que, a partir da década de 1970, os economistas por não conseguirem controlar a inflação americana constante da década devido a alta produtividade das empresas, permitiu que empresas como dos ramos de serviços médicos, eletrônica, robótica, engenharia genética e alguns outros, se destacassem no cenário econômico.

Confirmando o que STONER e FREEMAN descreveram, DRUCKER (1987) relata a importância do empreendedorismo nos Estados Unidos como sendo o fator que mobilizou o desenvolvimento da sua economia nas décadas de 1965 a 1985, pois neste período em que se transcorreram a “crise do petróleo” em fins de 1973, e de “crises de energia”, do quase colapso das indústrias de “chaminés”, e de duas sérias recessões, o empreendedorismo americano permitiu o crescimento do mercado de trabalho de 50% de americanos assalariados, ou seja, de 71 para 106 milhões, enquanto as grandes empresas promoviam a redução do número de vagas de trabalho.

DRUCKER (1987) ressalta ainda que esse aumento no mercado de trabalho não veio somente da criação de novas empresas de alta tecnologia, de computadores ou telecomunicações, robôs de fábricas ou automatização de escritórios, biogenética ou bioengenharia, mas a maior parte dos empregos surgidos é de empresas de “baixa tecnologia”, baixa tecnologia entenda-se como sendo que o produto ou serviço principal da empresa não é a tecnologia.

DORNELAS (2001) descreve que a necessidade de se desenvolver o empreendedorismo no Brasil se dá, dentre os diversos contextos, é a de capacitar as pessoas para a nova realidade da necessidade do País, assim como da relação de emprego e empregados em que se encontra. Os cursos de Administração tiveram que passar da visão de administrar grandes empresas para criar novas empresas, enquanto para os empregados o sentimento de segurança e estabilidade teve de ser substituído pela competitividade e capacidade de auto-desenvolvimento.

“Há dez ou quinze anos era considerado loucura um jovem recém-formado aventurar-se na criação de um negócio próprio, pois os empregos oferecidos pelas grandes empresas nacionais e multinacionais, bem como a estabilidade que se conseguia nos empregos em repartições públicas, eram muito convidativos, com bons salários, status e possibilidade de crescimento dentro da

organização. O ensino de administração era voltado a este foco: formar profissionais para administrar grandes empresas e não para criar empresas. Quando esse cenário mudou, tanto os profissionais experientes, os jovens à procura de uma oportunidade no mercado de trabalho, como as escolas de ensino de administração, não estavam preparados para o novo contexto. E mudar a visão a respeito de determinado assunto, redirecionar ações e repensar conceitos, leva algum tempo até que se gerem resultados práticos. O fato é que o empreendedorismo finalmente começa a ser tratado no Brasil com o grau de importância que lhe é devido, seguindo o exemplo do que ocorreu em países desenvolvidos; como os Estados Unidos, onde os empreendedores são os grandes propulsores da economia” DORNELAS (2001: 22).

1.4 Benefícios do empreendedorismo

STONER; FREEMAN (1985) enumera pelo menos três benefícios que o empreendedorismo traz para a sociedade: estimula o crescimento econômico, aumenta a produtividade e cria novas tecnologias, produtos e serviços.

1. Crescimento Econômico – foi um dos motivos para que os economistas valorizassem o empreendedorismo, pois proporcionava a maioria dos empregos desenvolvidos na economia americana. Segundo o pesquisador David Birch “Nem todas as pequenas empresas são criadoras de empregos. As criadoras de emprego são as - relativamente poucas - firmas jovens que começam e se expandem rapidamente durante a sua juventude e ultrapassam pelo crescimento a designação de ‘pequenas’”. O pesquisador também descobriu que as novas empresas e os empregos que elas criam estão surgindo cada vez mais no setor de serviços, em lugar de no setor industrial.
2. Produtividade – o reconhecimento cada vez maior do papel do empreendedorismo no aumento da produtividade foi outro motivo para o maior interesse. “A maior produtividade resulta principalmente da melhoria nas técnicas de produção, e essa tarefa, segundo John Kendrick, é ‘a função empreeneurial² por excelência’”. Duas chaves para o aumento de produtividade são a pesquisa e o desenvolvimento (P&D), e investimentos em novas fábricas e máquinas. De acordo com Kendrick, ‘há uma ligação próxima entre P&D e programas de investimento, com um grande insumo empreeneurial em ambos’. Outra influência importante no crescimento da

² Empreeneurial: O mesmo que processo empreendedor.

produtividade é a regulamentação governamental e a política macroeconômica - isto é, taxaço, gastos e criaço de dinheiro.

3. Novas tecnologias, produtos e serviços – os empreendedores são os responsáveis pela geraço da mudanço e representam a geraço de novas tecnologias, produtos e serviços inovadores. Esses novos produtos e serviços podem ainda desenvolver a potencialidade de surgimento de outros produtos e serviços a serem explorados.

1.5 Fatores preponderantes para o desenvolvimento do empreendedorismo

Segundo STONER; FREEMAN (1985), duas variáveis ambientais influenciam o desenvolvimento do empreendedorismo nas naço:

1. Variáveis Econômicas: Os mesmos fatores que promovem o crescimento e o desenvolvimento econômicos respondem pela emergênça de *entrepreneurship*, esses fatores são: os incentivos do mercado para a geraço de novas necessidades sociais que o *entrepreneur* pode tentar satisfazer de novas maneiras, e o estoque de capital para o financiamento de novas empresas e instituições que direcionem o empreendedor ao capital.
2. Variáveis Sociais: influenciadas principalmente pela: postura em que os governos se baseiam, ideologias políticas e econômicas, em estimular ou não o empreendedorismo, presentes nos valores e normas que regulamentam o comportamento da sociedade; a cultura se valoriza ou não a atividade empreendedora; e a possibilidade de mobilidade social, quanto maior a mobilidade para quem desenvolve o empreendedorismo mais presente o mesmo estará na sociedade.

Os especialistas que participaram do relatório Global GEM 2002³ relatam que dentre as nove condiço empreendedoras básicas⁴, as condiço: políticas governamentais,

³ Global GEM 2002: Relatório do Global Entrepreneurship Monitor de estudo sobre o empreendedorismo a nível internacional.

⁴ Condiço empreendedoras básicas segundo o relatório Global GEM 2002:

(1) existênça de disponibilidade de recursos financeiros; (2) políticas governamentais; (3) programas governamentais; (4) educaço e treinamento; (5) transferênça dos resultados de pesquisa e desenvolvimento; (6) infra-estrutura comercial e profissional; (7) abertura do mercado interno; (8) acesso à infra-estrutura física e (9) padrões culturais e sociais associados ao empreendedorismo.

padrões culturais e sociais, e educação e treinamento – situam-se entre os aspectos geralmente reconhecidos tanto como os pontos fracos para os países que tiveram uma baixa pontuação, quanto como os pontos fortes para os países que tiveram uma alta pontuação na pesquisa realizada, no contexto da sua realidade local para o desenvolvimento do empreendedorismo comparando-se com os níveis dos países pesquisados. O relatório Global GEM (2002: 4) apresenta ainda que “a existência de recursos financeiros para as empresas nascentes é considerada como um fator de peso intermediário”.

Os anexos 1 a 4 apresentam o resumo do comportamento dos fatores preponderantes para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, segundo o relatório Global GEM 2002.

1.6 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil pode ser percebido através do levantamento anual do relatório Global GEM (2002) que nesta sua quarta edição demonstrou dentre outras conclusões, as seguintes:

1. Calcula-se que no Brasil em 2002, 14,4 milhões de pessoas estavam desenvolvendo alguma atividade empreendedora, uma relação de 1 em cada 7 brasileiros, que coloca o Brasil em sétima posição na classificação mundial, com uma taxa (TAE⁵) de 13,5%, uma pequena redução em relação ao ano anterior que era de 14,2%.
2. A dinâmica do empreendedorismo do país, que em 2000 estava em primeiro lugar (20,4%) para sétimo em 2002 (13,5%), está relacionado com a redução dos investimentos estrangeiros, o encolhimento dos mercados locais, a instabilidade dos parâmetros econômicos, as incertezas no contexto político, limitações na infraestrutura básica entre outros, mesmo com a manutenção de um certo nível de investimentos em setores mais dinâmicos da economia e da opção pela exportação.
3. O número de empreendedores que iniciaram pela identificação de oportunidades seja pelo desenvolvimento de novos produtos, processos ou serviços, seja pela abertura de novos mercados, seja pela adaptação de conceitos novos para o mercado local, teve

⁵ TAE – Taxa de Atividade Empreendedora: é a porcentagem entre a estimativa do número de empreendedores de um determinado país sobre o número de trabalhadores do mesmo país.

uma pequena queda em 2002, em comparação com o número de empreendedores que iniciaram por necessidade, 42,0% e 55,6% do total respectivamente. O Brasil destaca-se pelo fato de ser o país com a taxa mais elevada de empreendedores por necessidade, acima de países como a Índia, China, Argentina e o Chile.

4. Todos os setores econômicos apresentaram iniciativas de empreendimentos em 2002, entretanto com uma concentração nos segmentos de comércio e de serviços, com destaque o setor de alimentação.
5. Os novos mercados tem pequena participação de empreendedores em 2002, apenas 24% do total de empreendedores estão em novos mercados.
6. A empresa familiar tem grande participação na atividade empreendedora, mais de 50% (aproximadamente 6,3 milhões de empresas) dos empreendimentos existentes em 2002 tem esta característica, enquanto a média internacional é de mais de um terço.
7. O Brasil ainda apresenta dificuldade de acesso e o alto custo do capital para o empreendedor de pequeno porte são fatores restritivos ao desenvolvimento de empreendimentos, devido à inexistência de um mercado organizado de capitais de risco (*venture capital*).
8. A mulher tem destaque na participação empreendedora no País, cerca de 42% do total de empreendedores são mulheres, acima da média mundial de 39,9%.
9. Para os especialistas, o melhor desempenho da atividade empreendedora no Brasil depende da disponibilidade e facilidade de acesso ao capital, da formulação de políticas e programas mais adequados e consistentes com a realidade do empreendedor, da revisão da carga tributária e exigências legais e processuais, da capacitação para a gestão de novos negócios e do acesso a novas tecnologias e processos.

O anexo 5 apresenta as análises dos especialistas relatados no relatório Global GEM 2002 sobre o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil.

1.7 Panorama das empresas no Brasil

Analisado os principais pontos apresentados pelo relatório Global BEM 2002 com relação ao Brasil, agora será apresentado um panorama da situação atual das empresas brasileiras, em particular as micro e pequenas, no tocante ao nível demográfico (nascimentos e mortes) das empresas por segmento econômico e por porte, a idade das empresas existentes, a representação econômica em número de empresas, produção e geração de postos de trabalho. Este panorama é realizado com dados obtidos do IBGE e do MTE.

Com relação ao nível demográfico das empresas a partir de informações extraídas do CEMPRE – Cadastro Central de Empresas – centro pertencente à Diretoria de Pesquisas do IBGE responsável por realizar periodicamente o levantamento do estágio em que se encontram as empresas baseado-se em informações obtidas das pesquisas anuais do IBGE e também do RAIS demonstra através da tabela 1 o número de nascimentos e mortes das empresas no Brasil por segmento econômico.

TABELA 1 – Nascimentos e mortes, por segmento econômico – 1997-2001

Ano	Indústria		Comércio		Serviços	
	Nascimentos	Mortes	Nascimentos	Mortes	Nascimentos	Mortes
Média	65.296	43.956	367.097	231.754	175.365	99.264
1997	71.782	46.491	373.318	242.017	163.797	104.512
1998	52.804	50.040	296.353	256.672	142.315	100.345
1999	64.205	44.504	363.686	234.203	178.582	98.243
2000	59.818	44.484	351.983	238.698	174.058	106.081
2001	77.873	34.259	454.194	187.178	218.075	87.139

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 1996-2001 – Estatísticas do Cadastro Central de Empresas (2001: 42), Janeiro/2003.

Nota-se que o comércio é o segmento responsável pelo maior número de empresas abertas no período entre 1997 e 2001 representando mais de 60,4% das empresas nascentes, sendo seguido pelo segmento de serviços com 28,9% e pela indústria com 10,7% (valores médios). Já com relação às empresas que fecharam no mesmo período o segmento do comércio contribuiu com 61,8%, a de serviços com 26,5% e a indústria com 11,7% (valores médios).

Percebe-se a partir desses dados que o segmento do comércio é o segmento mais procurado pelos empreendedores para a iniciação da atividade empreendedora mais também é o segmento com a maior proporção das mortes de empresas.

Pode-se atribuir a este número de empreendedores interessados neste segmento as diversas modalidades e tipos de empresas que podem ser criadas com baixos investimentos para sua instalação, ao tamanho da empresa que pode ser bastante pequeno em números de processos, e também ao preparo para a atividade que para muitos empreendedores se resume na atividade de vender, enquanto para o segmento de serviços é necessário conhecer o serviço a ser prestado, e para a indústria é necessário maior capital a ser investido em instalações.

Como resultado desta tabela tem-se as taxas de natalidade e de mortalidade de cada segmento no período de 1997 a 2001, conforme demonstra o gráfico 1. As empresas brasileiras apresentaram uma taxa média de natalidade neste período da ordem de 60,4% e uma taxa média de mortalidade de 38%. Embora o segmento de serviços seja o segundo em número de empresas abertas e fechadas, as maiores taxas médias anuais de natalidade (23,7%) e mortalidade (13,9%) de empresas pertence a este segmento.

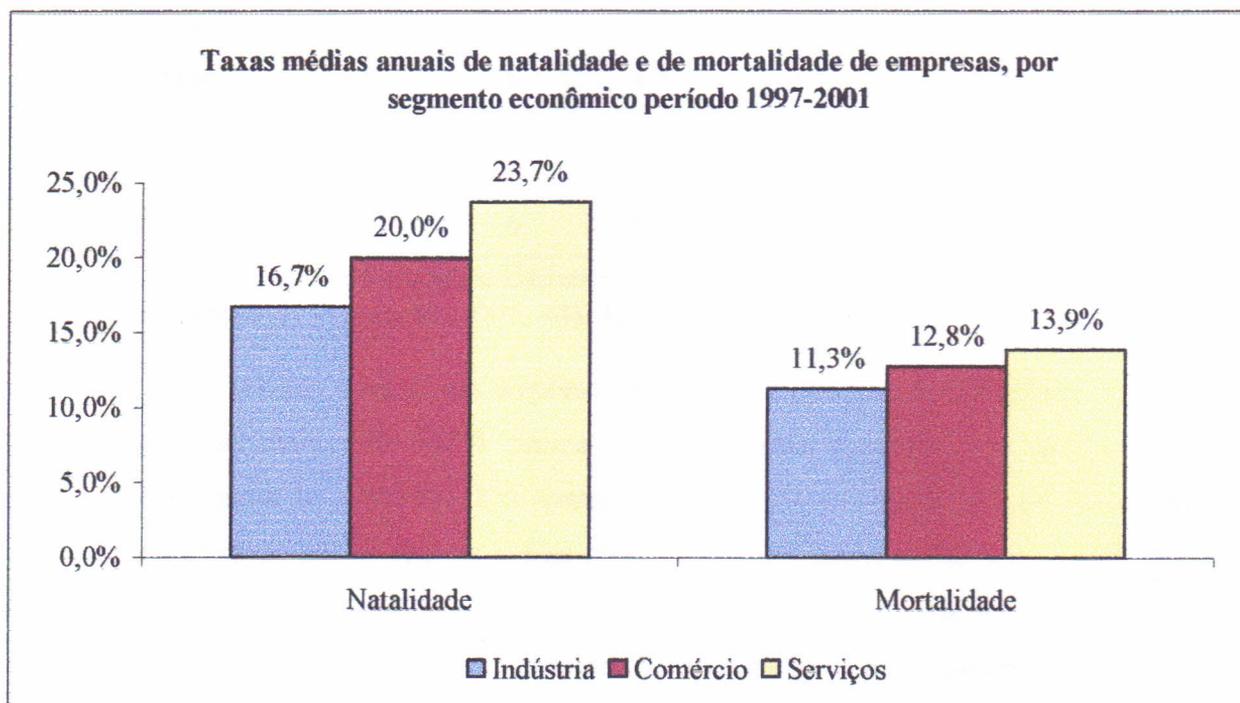


GRÁFICO 1 – Taxas médias anuais de natalidade e de mortalidade de empresas, por segmento econômico período 1997-2001

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 1996-2001 – Estatísticas do Cadastro Central de Empresas (2001: 43), Janeiro/2003.

De acordo com a pesquisa do CEMPRE, as empresas que possuem as maiores taxas de natalidade e de mortalidade são as micro e pequenas empresas, compostas por até no máximo quatro pessoas em todos os segmentos. A partir destas informações constata-se que dentre os inúmeros empreendedores, quer por desejo de iniciar um negócio ou por necessidade, se aventuram a empreender e desaparecem da atividade econômica mais cedo, haja vista o resultado das mortalidades das empresas deste porte, enquanto as empresas com 500 ou mais funcionários apresentam as menores taxas de natalidades e mortalidades em todos os segmentos neste período. A tabela 2 demonstra o nível de natalidade e mortalidade das empresas em seus segmentos e de acordo com o seu porte (número de empregados).

TABELA 2 – Taxas médias de natalidade e mortalidade, por porte e segmentos econômicos – 1997-2001

Porte e segmentos econômicos	Taxas médias (%)					
	Total	0 a 4	5 a 19	20 a 99	100 a 499	500 e mais
Indústria						
Natalidade	16,7	21,5	8,0	4,6	2,3	1,8
Mortalidade	11,3	14,6	5,1	3,2	2,8	2,8
Comércio						
Natalidade	20,0	21,9	8,2	4,8	2,5	2,0
Mortalidade	12,8	14,0	4,5	3,4	3,0	3,5
Serviços						
Natalidade	23,7	26,6	11,1	8,0	4,8	3,2
Mortalidade	13,9	15,6	6,7	5,7	4,9	3,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 1996-2001 – Estatísticas do Cadastro Central de Empresas (2001: 44), Janeiro/2003.

Com relação à idade das empresas existentes, a pesquisa do CEMPRE demonstra que das empresas com porte até 4 pessoas, 46,1% dessas empresas, não ultrapassam os primeiros cinco anos de existência. Em contrapartida, 16,3% das empresas com 100 pessoas ou mais mantêm suas portas abertas até os seus 5 anos de existência, ou seja, 83,7% dessas empresas continuam em atividade após 5 anos demonstrando serem mais estáveis. A tabela 3 apresenta o resultado da idade das empresas por porte (número de empregados).

TABELA 3 – Idade das empresas existentes, por porte – 2001

Idade	Porte					
	Total	0 a 4	5 a 9	10 a 49	50 a 99	100 e mais
Total	100	100	100	100	100	100
Até 1 ano	9,9	11,0	5,1	3,5	2,1	1,2
De 1 a 2 anos	9,5	10,0	7,9	6,2	4,5	2,7
De 2 a 3 anos	9,1	9,3	8,3	7,4	6,1	3,7
De 3 a 4 anos	7,8	7,9	7,4	6,8	6,2	4,1
De 4 a 5 anos	7,8	7,9	7,4	7,0	6,1	4,6
De 5 a 9 anos	26,0	26,2	25,9	24,3	20,3	17,2
Mais de 10 anos	30,0	27,7	38,1	44,8	54,7	66,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 1996-2001 – Estatísticas do Cadastro Central de Empresas (2001: 46), Janeiro/2003.

A partir de dados da RAIS do MTE e do senso do IBGE pode-se analisar a importância das micro e pequenas empresas no contexto econômico do Brasil, identificando-se que estas têm um papel importante no desenvolvimento econômico e social do país.

Segundo dados levantados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2001, no ano de 2000 existiam no Brasil cerca de 5,6 milhões de empresas formais, das quais 99% eram micro e pequenas empresas, tanto no geral como nos segmentos da indústria, comércio e serviços separadamente. Os resultados da distribuição das empresas nos segmentos separadas por porte (micro, pequena, média e grande) encontram-se na tabela 4.

Tabela 4 – Distribuição do número de empresas no Brasil - 2000

Porte	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
	N.º de Empresas	%	N.º de Empresas	%	N.º de Empresas	%	N.º de Empresas	%
Micro	939.267	17,8	2.414.652	45,8	1.923.389	36,4	5.277.308	100
Pequena	48.314	19,7	88.941	36,2	108.203	44,1	245.458	100
Média	9.856	33,3	5.724	19,4	13.999	47,3	29.579	100
Grande	1.580	7,0	2.955	13,2	17.89	79,8	22.434	100
Total	999.017	17,9	2.512.272	45,1	2.063.490	37,0	5.574.779	100

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2001 – MTE.

Com relação à produção, o senso do IBGE 2000, demonstrou que dos R\$ 1,3 trilhões gerados, as micro e pequenas empresas contribuíram com R\$ 375, 4 milhões representando 28% da produção dos negócios formais (Fonte: Pesquisas econômicas PIA,

PAC e PAS – IBGE 2000. Observatório Sebrae da MPE – Estudo da MPE N° 1, Julho 2003 – Unidade de Estratégias e Diretrizes.

Com relação à geração de emprego, a RAIS 2001 apresenta que as micro e pequenas empresas formais são responsáveis por 41% dos postos de trabalho, enquanto as médias representam 12% e as grandes 46%. Pode-se considerar que as micro e pequenas empresas possibilitam a distribuição de emprego e renda para um maior contingente de pessoas, dado o número de empresas deste porte e número de empregos associados aos mesmos chegando próximo do percentual de empregados nas grandes empresas. O gráfico 2 apresenta os resultados apresentados no RAIS 2001, quando ao número de trabalhadores em empresas formais.

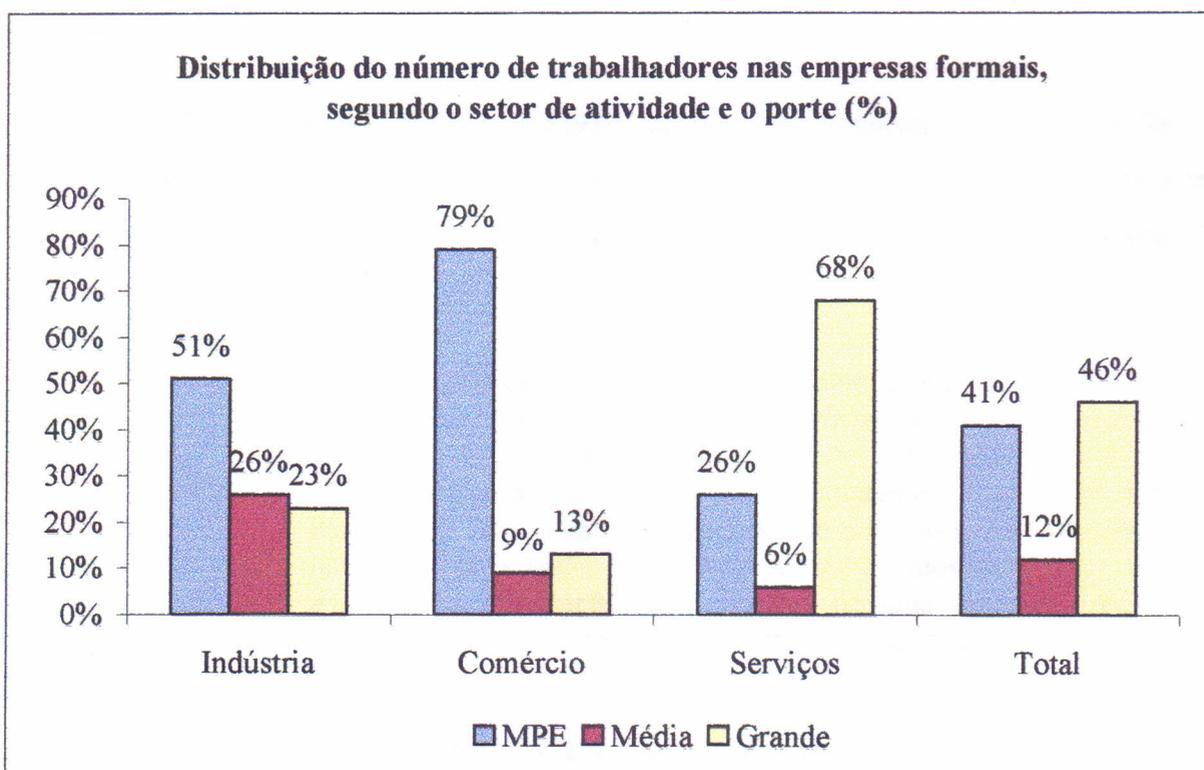


GRÁFICO 2 – Distribuição do número de trabalhadores nas empresas formais, segundo o setor de atividade e o porte (%)

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2001 – MTE.

Analisando as considerações apresentadas neste panorama das empresas do Brasil, pode-se considerar que é de grande importância a disseminação e o desenvolvimento e do empreendedorismo no Brasil para seu desenvolvimento econômico e social e instrumento para a diminuição das taxas de mortalidades das empresas, permitindo-se assim a maior geração de empregos e distribuição da renda.

CAPÍTULO 2

O EMPREENDEDOR

Credita-se aos economistas Jean-Baptiste Say e Joseph Schumpeter, os primeiros estudos relativos ao empreendedorismo e sobre o empreendedor. Ambos retratam o empreendedor como o ser motivador da dinâmica e do desenvolvimento da economia.

2.1 Definição do que vem a ser o empreendedor

DRUCKER (1987: 27) relata que o economista francês J. B. Say, por volta de 1800 caracterizou o empreendedor como sendo aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Adicionalmente DRUCKER (1987) atribui a Schumpeter, discípulo de Say, a concepção de que a dinâmica na economia provocada pelo empreendedor seria a regra a ser seguida pela teoria e prática econômica, em vez de se manter o equilíbrio e a otimização da economia.

“... foi o primeiro economista de renome a retornar a Say. No seu clássico *Die Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung* (A teoria da Dinâmica da Economia), publicado em 1911, ele rompeu com a economia tradicional, muito mais radicalmente do que John Maynard Keynes iria fazer vinte anos depois. Ele postulava que o desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor inovador, em vez de equilíbrio e otimização, é a ‘norma’ de uma economia sadia e a realidade central para teoria econômica e a prática econômica” DRUCKER (1987:35).

SCHUMPETER apud DORNELAS (2001:37), descreve que “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”, e conclui “Então, o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

CHAGAS (1999: 28), baseando-se na definição de Schumpeter, associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de

oportunidades em negócios ressalta: “Acredita-se hoje que o empreendedor seja o ‘o motor da economia’, um agente de mudanças”.

Outros autores apresentam definições mais elaboradas sobre o que venha a ser o empreendedor.

De acordo com o Guia PEGN (2002:14) os empreendedores seriam pessoas preparadas para identificar oportunidades e de aproveitá-las.

“Empreendedores são pessoas especialistas em perceber necessidades e problemas, capazes de idealizar soluções, de transformar sonhos e idéias em realidade e de inovar e correr riscos. Eles identificam oportunidades, agarram-nas e buscam os recursos necessários (capital, matérias-primas, mão-de-obra e tecnologia) para transformá-las em negócios”.

FILION apud OLIVEIRA (2003: 39), faz uma tentativa de conciliar os conceitos existentes:

“Um empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de fixar alvos e objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-o para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a apreender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, tendo em vista modificá-las. Essa pessoa continua a desempenhar um papel empresarial”.

CHAGAS (1999: 29) na tentativa de exemplificar quem seria o empreendedor o descreve como sendo:

- “Indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela;
- Pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir, seja na forma de fazer propaganda dos seus produto e/ou serviços, agregando novos valores;
- Empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais.
- Contudo, não se considera empreendedor uma pessoa que, por exemplo, adquira uma empresa e não introduza nenhuma inovação (quer na forma de vender, de produzir, quer na maneira de tratar os clientes), mas somente gerencie o negócio”.

Resumindo, pode-se descrever o empreendedor como sendo o indivíduo que no ambiente em que convive adquire ou possui a capacidade de identificar oportunidades e que desenvolve o seu potencial de transformar as aspirações e idéias em negócios prósperos inovando os métodos e formas de como as atividades econômicas são realizadas promovendo a constante evolução das concepções e idéias que constituem a sociedade.

2.2 Razões que levam as pessoas a serem empreendedoras

CHER (2002) cita que existem duas razões que levam as pessoas a iniciar um negócio. Uma engloba o contexto econômico-social desfavorável em que a pessoa se encontra, seria o caso de iniciar um negócio após uma demissão; e a outra se baseia nas características e na necessidade de auto-realização de um sonho da pessoa, seria o caso de iniciar um negócio a partir de uma idéia.

Segundo ainda CHER (2002), independente da razão de se iniciar um negócio, se o que move a pessoa a empreender em primeiro lugar é o sentimento de maior independência, ser meu próprio patrão, ter horários flexíveis, ser dono do meu nariz, são as considerações que engrossam as estatísticas de fracasso empresarial.

“Basicamente porque essas motivações fazem que o empreendedor procure uma atividade que, na sua percepção, garantirá a liberdade e autonomia desejadas ao concentrar seu foco numa nova ocupação que atenda a esses requisitos. Nesses casos, o empreendedor pula etapas e compromete suas chances de sucesso” CHER (2002: 45).

As motivações de iniciar um negócio devem estar fundamentadas na “... importância de escolher um negócio compatível com suas características pessoais, com seus valores de vida, com suas maiores habilidades, com suas experiências anteriores...” CHER (2002: 45), pois são fatores preponderantes para o sucesso do negócio, em seguida as outras motivações poderão vir ou ser desenvolvidas.

Segundo o Guia PEGN (2002:16) “nem sempre a decisão de empreender é motivada por traços de personalidade ou comportamento. Muitas vezes, o estímulo à abertura de um negócio está no ambiente familiar e também fora de casa”.

PREFEITURA

O Guia PEGN (2002: 16) levanta os seguintes fatores de incentivo para iniciar um negócio:

“VONTADE de assumir riscos e aproveitar oportunidades;
NECESSIDADE de realização pessoal e de autonomia;
BUSCA de independência financeira;
INFLUÊNCIA de familiares, amigos e exemplos de outros empreendedores;
DIFICULDADE para encontrar emprego ou insatisfação com ele”.

2.3 Características do empreendedor de sucesso

8. São independentes e constroem o próprio destino – eles querem descrever os seus próprios caminhos.
9. São líderes e formadores de equipes – os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si.
10. São bem relacionados (*networking*) – os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.
11. São organizados – os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
12. Planejam, planejam, planejam – os empreendedores planejam cada passo de seu negócio, sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
13. Possuem conhecimento – dominam plenamente o ramo de negócio em que atuam.
14. Assumem riscos calculados – conhecem os riscos inerentes ao negócio e sabem avaliar as suas reais chances de sucesso.
15. Criam valor para a sociedade – os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

CHAGAS (1999) relata que hoje existe consenso entre os cientistas sobre as características dos empreendedores, embora não se tenha o padrão definido para tal conhecimento e complementa relatando que o sucesso nos negócios não depende somente das características comportamentais, mas certamente a presença destas características torna o empreendedor mais próximo do sucesso.

“... há uma concordância entre os cientistas sobre as características dos empreendedores de sucesso: traços da personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios...”, embora “esse ramo do conhecimento está ainda em uma fase pré-paradigmática, já que não existem padrões definitivos, princípios gerais ou fundamentos que possam assegurar de maneira cabal o conhecimento na área”, e complementa, “...não se pode dizer que o sucesso decorre tão somente de determinadas características comportamentais, mas certamente se pode afirmar que um conjunto de condições, presentes no indivíduo, contribuirá para o seu sucesso como empreendedor” CHAGAS (1999: 36 - 37).

CHAGAS (1999) defende que se uma pessoa deseja ser empreendedor, esta deve desenvolver as características e aptidões presentes nos empreendedores de sucesso, pois sem

2. Qualquer um pode começar um negócio – um negócio não se torna duradouro somente porque se teve a idéia de abri-lo. Para se ter sucesso é necessário que se estudo oportunidades de forma a avaliar as possibilidades de sucesso para que então se lance no mercado.
3. Empreendedores são jogadores – empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, minimizam riscos.
4. Empreendedores querem o espetáculo só para si – os empreendedores de sucesso constroem uma equipe em que possa compartilhar seus sonhos e motivá-los para a sua realização tornando-os parte integrante do sucesso.

11. Empreendedores são motivados pela busca do todo-poderoso dólar – empreendedores de sucesso buscam construir empresas onde possam realizar ganhos de capital a longo prazo.
12. Empreendedores buscam poder e controle sobre terceiros – o empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados.
13. Se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos – raramente um negócio tem solidez em menos de três ou quatro anos.
14. Qualquer empreendedor com uma boa idéia pode levantar capital – nos Estados Unidos, somente de 1 a 3, em cada 100, conseguem capital.
15. Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance – o oposto é freqüentemente verdade, isto é, muito dinheiro no principio pode criar euforia e deixar a se enganar com relação a viabilidade do negócio.

Complementando o entendimento a respeito das características dos empreendedores de sucesso, o despreparo das pessoas para a atividade empreendedora possibilita o surgimento destes conceitos errôneos sobre o empreendedor distanciando-o ainda mais as pessoas ao sucesso desejado. Não existem segredos para ser um empreendedor de sucesso, o que existe é trabalho e dedicação ao que se propõe a realizar.

CAPÍTULO 3

FATORES E COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS BÁSICAS PARA O SUCESSO DO EMPREENDEDOR

Neste capítulo pretende-se inicialmente apresentar os fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que interagem no processo empreendedor para o sucesso do negócio. Em seguida são apresentados as características, competências e aprendizados presentes na profissão de empreendedor.

3.1 Fatores para o sucesso do empreendedor

Durante o desenvolvimento do empreendedor, diversos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais devem estar presentes no relacionamento empresarial do empreendedor para que o negócio apresente os resultados de sucesso esperados.

DORNELAS (2001:39 - 40) descreve este processo como sendo o “Processo Empreendedor” que se compõe de quatro etapas: a inovação, evento inicial, implementação e crescimento.

A inovação é a fase da concepção, da idéia a ser explorada pelo empreendedor, onde estão presentes fatores pessoais como realização pessoal, capacidade de assumir riscos, valores pessoais, educação e experiência; e fatores ambientais tais como oportunidade, criatividade e existência de modelos de sucesso como referencial para o empreendedor. Estes fatores permitem que a idéia comece a criar forma e estrutura na mente do empreendedor.

O evento inicial é a fase em que o empreendedor processo os recursos necessários para a iniciação do empreendimento. Nesta fase devem estar presentes os fatores pessoais citados anteriormente mais a insatisfação pessoal com o que desenvolvia antes, enquanto nos fatores ambientais são adicionadas a competição, recursos financeiros, incubadoras e as políticas públicas. Surgem também nesta fase os fatores sociológicos de relacionamentos, equipes de trabalho, e a influência dos pais ou familiares.

A implementação se constitui como sendo a fase de abertura e apresentação do negócio ao mercado. Os fatores pessoais desta fase são o espírito empreendedor, a liderança, a

habilidade gerencial e a visão empresarial. Permanecem os mesmos fatores sociológicos, enquanto nos fatores ambientais são acrescentados os fornecedores, investidores, bancos e advogados.

Por último tem-se a fase de crescimento que corresponde a etapa de desenvolvimento do empreendimento após o período de recuperação dos investimentos iniciais e dos primeiros anos críticos de sua existência. Nesta fase permanecem os fatores pessoais e ambientais da fase de implementação, e se apresentam os fatores organizacionais: equipe, estratégia, estrutura, cultura e produtos. A figura 1 apresenta o processo empreendedor.

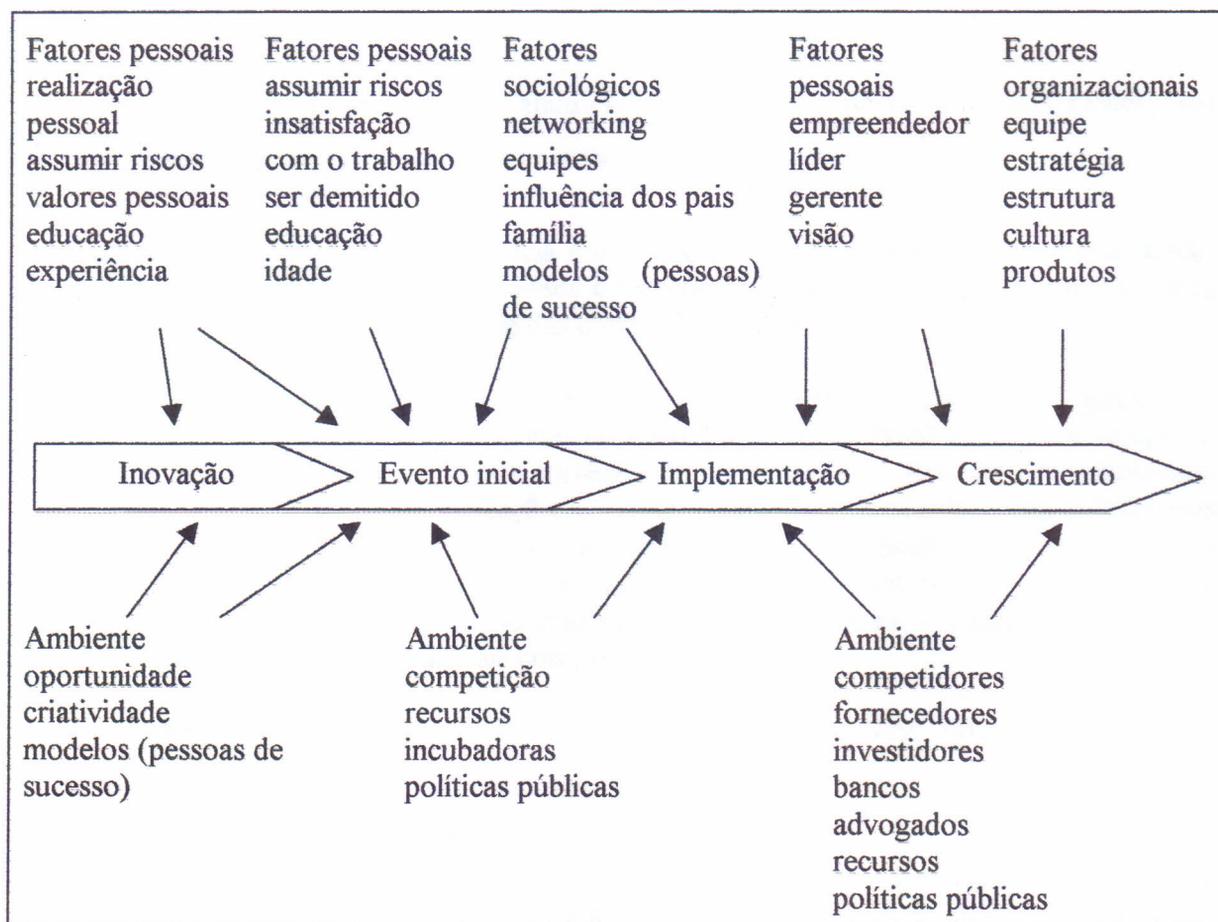


FIGURA 1 – Fatores que influenciam no processo empreendedor (adaptado de Moore, 1986).
Fonte: DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo – Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campos, (2001: 40).

Percebe-se que durante todo o período de existência do negócio, desde a idéia te o crescimento diversos fatores de acordo com a fase em que se encontra o negócio influenciam o processo empreendedor determinando o seu desenvolvimento. Se os fatores agirem positivamente em relação ao negócio, o mesmo se desenvolverá eficientemente e eficazmente,

enquanto se estes fatores se tornarem obstáculos o negócio terá dificuldades para se desenvolver, uma maior probabilidade de não alcançar os resultados ou deixar de existir.

3.2 Competências empreendedoras

Para que se obtenha melhores resultados com o seu processo de desenvolvimento, o empreendedor necessita dominar as competências necessárias para o seu sucesso.

Antes de descrever mais detalhadamente as atividades, características, competências e aprendizados da profissão de empreendedor faz-se necessário destacar o que venha a ser competência.

PRAHALAD e HAMEL apud WOOD JR; PICARELLI FILHO (1999: 88) relatam o que vem a ser as competências essenciais (*core competence*).

“Uma competência é um conjunto de habilidades e tecnologias, e não uma única habilidade e tecnologia isolada (...) A integração é a marca de autenticidade das competências essenciais.

Competências essenciais são o aprendizado coletivo na organização, especialmente como coordenar as diversas habilidades de produção e integrar diversas correntes de tecnologia (...). Competências essenciais são a comunicação, o envolvimento e um profundo comprometimento para trabalhar através de fronteiras organizacionais (...). a ligação tangível entre as competências centrais identificadas e os produtos finais são o que chamamos produtos centrais – a manifestação física de uma ou mais competências”.

PARRY apud WOOD JR; PICARELLI FILHO (1999: 90) descrevem num contexto mais estratégico a competência como sendo:

“Um agrupamento de conhecimentos, habilidades e atitudes correlacionados, que afeta parte considerável da atividade de alguém, que se relaciona com o desempenho, que poder ser medido contra padrões preestabelecidos, e que pode ser melhorado por meio de treinamento e desenvolvimento”.

Portanto pode-se descrever as competências empreendedoras como sendo os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para o desenvolvimento do empreendedor no seu negócio para a obtenção do sucesso desejado.

3.2.1 Elementos da profissão de empreendedor

FILION (2000) ao estudar o empreendedor, identificou que a atividade desenvolvida pelo mesmo pode ser entendida como uma profissão que requer do profissional certas características, qualidades, competências e aprendizados que devem e podem ser dominadas por quem pretende exercer a atividade empreendedora.

O quadro 1 apresenta as atividades críticas do empreendedor, as características, competências e aprendizados identificados como críticos para o empreendedor.

QUADRO 1 – Elementos da profissão de empreendedor

ELEMENTOS DA PROFISSÃO DE EMPREENDEDOR			
ATIVIDADES CRÍTICAS	CARACTERÍSTICAS	COMPETÊNCIAS	APRENDIZADO
Identificar oportunidades de negócio	Faro / Intuição	Pragmatismo	Análise setorial
Conceber visões	Imaginação / Independência / Paixão	Concepção / Pensamento sistêmico	Avaliação dos recursos
Tomar decisões	Julgamento / Prudência	Visão	Informação / Risco
Realizar visões	Flexibilidade / Constância / Tenacidade	Ação	<i>Feedback</i>
Fazer o equipamento funcionar	Destreza	Polivalência	Técnica
Comprar	Acuidade	Negociação	Diagnóstico
Colocar no mercado	Diferenciação / Originalidade	Agenciamento	Marketing / Gestão
Vender	Flexibilidade	Adaptação	Conhecimento do cliente
Cercar-se	Julgamento	Comunicação	Gestão de RH / Compartilhar
Delegar	Cautela	Relações / Equipe	Holismo / Gestão operacional

Fonte: FILION et al., *Boa Idéia! E Agora?*. Cultura Editores Associados (2000: 227).

Com respeito a titular o empreendedorismo como profissão, FILION et al., (2000: 238) demonstra que como qualquer profissão que requer “habilidades técnicas, conceituais às vezes manuais, freqüentemente humanas e administrativas”, o empreendedorismo requer que “o saber fazer se integra ao saber ser; constrói-se a partir dele e se entrelaça com ele” Gasse e D'Amours, apud FILION et al., (2000: 238). Este é o princípio que fundamenta a importância

de se “cultivar atitudes e características que preparem para a aquisição das competências e do *know how* necessários ao exercício da profissão” FILION et al., (2000: 238).

Segundo ainda FILION et al., (2000: 239) “... o ato de empreender raramente é encontrado em estado puro”, freqüentemente empreender requer que se aprenda a desempenhar papéis múltiplos e continuar reciclando os conhecimentos freqüentemente.

Apartir destas considerações, FILION et al., (2000) afirma que a profissão de empreendedor pode e deve ser aprendida e que o empreendedor não é um fato genético ou que surge repentinamente.

A seguir são apresentadas as dez atividades críticas, suas respectivas características, competências e aprendizados necessários para se exercer a profissão de empreendedor relacionadas por FILION et al., (2000).

1. Atividade: Identificar oportunidades de negócio – é a função primordial do empreendedor, pois este deve estar sempre atento ao comportamento do mercado, procurando identificar potenciais nichos promissores de negócios.

Característica: Intuição – a intuição se constitui em escolher um setor, estudá-lo, compreendê-lo e conhecê-lo. Quanto mais praticado, mais se desenvolve.

Competência: Pragmatismo – é a capacidade de se ter senso crítico para o que pode ser desenvolvido e de se obter os resultados esperados. É a capacidade de se desenvolver um pensamento reflexivo condicionado sobre o ambiente e o que acontece ao redor dele e se identificar soluções alternativas para as mudanças ambientais.

Aprendizado: Análise setorial – a análise setorial pode incluir análises estatísticas do setor, do cliente e dos líderes do mercado, conhecer seus produtos, sua distribuição, seu sistema de marketing e comparar com os principais concorrentes.

2. Atividade: Conceber visões – é a atividade de se desenvolver projetos – isto é, de conceber visões e, depois, passar à ação para realizá-las.

Característica: Imaginação, independência, paixão – para se desenvolver novos negócios é necessário que se tenha imaginação, originalidade, independência e paixão

em relação àquilo que se deseja empreender. A criatividade é algo que se exercita enquanto a paixão assume o papel de motivador e de estimulador para o alcance dos objetivos.

Competência: Pensamento sistêmico – é a capacidade de detectar e ligar os elementos que constituem as atividades do negócio. É também a capacidade de identificar e determinar os limites e amplitude das atividades a serem exercidos no negócio. É a capacidade de se refletir o que se quer fazer e como fazer de forma organizada e estruturada.

Aprendizado: Avaliação dos recursos – conceber visões implica em analisar os recursos existentes sejam os recursos humanos, materiais, técnicos, tecnológicos ou financeiros com o objetivo de se definir quais recursos serão necessários à sua realização. Experiência no setor ou convívio com pessoas experientes no mesmo é necessário à medida que o processo de concepção da visão evolui.

3. **Atividade: Tomar decisões** – é a atividade de fazer estimativas, analisar, prever, projetar, avaliar possibilidades. A tomada de decisão se torna mais fácil e utilizando menos recursos à medida que a experiência no ramo aumenta.

Característica: Julgamento / prudência – julgamento é a característica de avaliar e prever as conseqüências de suas atitudes. Isso requer muita flexibilidade, discernimento e senso comum. A tomada de decisão é baseada no julgamento que se tem dos elementos do negócio. Prudência é a característica de se tomar decisões com o mínimo de risco atribuído.

Competência: Visão – é a capacidade de definir novos contextos para o negócio. O processo visionário começa pelo máximo de conhecimento sobre o que já existe no setor e prossegue com a elaboração de diferentes cenários sobre o que será possível fazer na atividade escolhida.

Aprendizado: Informação / risco – é o resultado da atividade de tomada de decisão. Quanto mais claro a visão que se tem do negócio, mais fácil se torna discriminar e identificar a informação que interessa e que pode afetar o negócio.

4. Atividade: Realizar as visões – é a atividade de pôr em prática a visão desenvolvida sobre o negócio.

Característica: Constância / tenacidade – é a característica de se manter constante aos objetivos estabelecidos a se alcançar. Nesta etapa se investe energia, otimismo e confiança para superar e gerenciar as adversidades e incertezas.

Competência: Ação – é a capacidade de implementar ações que visam atingir os objetivos determinados, de gerenciar as atividades de forma a se obter os resultados desejados.

Aprendizado: Feedback – é o sistema de retorno de informações referentes às ações implementadas para avaliar se estes conduzem ao cumprimento do objetivo e desenvolver e implementar mudanças e ajustes necessários nas ações implementadas.

5. Atividade: Fazer o equipamento funcionar – é atividade de por em atividade o negócio, desde a condução estratégica, terceirizações até a orientações das atividades dos funcionários. À medida que a empresa crescer, o empreendedor tenderá a se ocupar cada vez mais da gestão estratégica e ser menos comprometido com as atividades operacionais.

Característica: Habilidade – é a característica de saber desenvolver as atividades inerentes ao seu negócio.

Competência: Polivalência – é a capacidade de colocar em funcionamento as diversas atividades do negócio, e de se adaptar as diversas formas de tecnologia.

Aprendizado: Técnica – é o desenvolvimento das habilidades necessárias para a condução do negócio.

6. Atividade: Comprar – é a atividade de suprir as necessidades de recursos do negócio.

Característica: Perspicácia – saber avaliar e planejar com os dados disponíveis a atividade estratégica de compras do negócio.

Competência: Negociação – é a capacidade de definir objetivos, limites e cenários dentro dos quais o empreendedor pode se mover para obter vantagens com a atividade de compra, de ter flexibilidade, persuasão e convencimento.

Aprendizado: Diagnóstico – compreender o comportamento do negócio tanto no geral como nas diferentes partes que a compõe e saber tomar as ações adequadas para o negócio.

7. **Atividade: Lançamento no mercado** – é a atividade de se apresentar aos clientes, ao mercado. Esse é o momento em que o empreendedor terá a resposta de que se atende as necessidades dos clientes e se o mercado oferece o potencial esperado.

Característica: Diferenciação / originalidade – Apresentar-se aos clientes e ao mercado como um diferencial que torne o negócio um destaque no mercado. Pode ser na concepção do produto ou serviço, fazendo-o atraente e adequado ao gosto dos consumidores; pode ser na implantação do sistema de distribuição, na definição dos preços, no estilo ou na oportunidade da comunicação e até na utilização de diferentes veículos de comunicação para melhor atingir os segmentos-alvos identificados.

Competência: Integração – é a capacidade de integrar diferentes elementos importantes como as necessidades dos clientes no mercado-alvo com as atividades desenvolvidas no negócio e tudo o que for necessário para atendê-lo.

Aprendizado: Marketing / gestão – domínio da coerência entre o marketing mix, também chamado de sistema dos "4 pés": produto, preço, ponto (local de distribuição) e promoção (que inclui a publicidade) com as necessidades dos clientes.

8. **Atividade: Vender** – é a atividade que além de oferecer os produtos ou serviços aos clientes, é a de mostrar o negócio e as habilidades do empreendedor aos outros participantes do mercado (os investidores, os clientes potenciais, os empregados, o gerente do banco, os fornecedores, os membros de sua família).

Característica: Flexibilidade – é a característica de saber ofertar e adequar o negócio às circunstâncias. É a característica de se ajustar às necessidades do ambiente.

Competência: Adaptação – é a capacidade de se adaptar as diferentes pessoas e circunstâncias.

Aprendizado: Conhecer o cliente – saber identificar as necessidades e satisfazer os clientes.

9. **Atividade:** Cercar-se das pessoas certas – é a atividade de atrair as pessoas competentes para o seu negócio, para colher opiniões e sugestões que venham a desenvolver o negócio. Esse processo pode ser tanto com outros empreendedores, quanto com pessoas experientes e complementares as necessidades do negócio.

Característica: Julgamento / discernimento – é desenvolver o hábito de fazer perguntas e refletir em profundidade sobre as diversas maneiras de como de estruturar as atividades do negócio, para então escolher as pessoas certas que irão realizá-las.

Competência: Comunicação – é a capacidade de saber se expressar, mas principalmente saber ouvir para desenvolver as pessoas para as atividades do negócio.

Aprendizado: Gestão dos recursos humanos – o desenvolvimento de modelos de gestão de pessoas.

10. **Atividade:** Delegar – é a atividade de repassar as responsabilidades de tarefas às pessoas com quem o empreendedor convive no negócio.

Característica: Prever e planejar – é o estabelecimento claro dos critérios a serem seguidos para definir o perfil dos colaboradores internos e externos ao negócio.

Competência: Relações / equipe – é a capacidade de conquistar relações concretas de apoio ao negócio e desenvolver equipes de trabalho motivadas para o sucesso do negócio.

Aprendizado: Gestão operacional – saber gerir o negócio no aspecto operacional, deixando o empreendedor livre para o desenvolvimento de novas oportunidades. Quanto mais voltado para a inovação ele for, maior sua tendência a trabalhar sobre o desenvolvimento (novas idéias de produtos/serviços, de marketing, etc.) e a mandar fazer, seja delegando, seja terceirizando.

A partir do que foi exposto neste capítulo constata-se que a atividade empreendedora é influenciada por diversos fatores e que cada fator pode contribuir ou não com o desenvolvimento do empreendedor desde que este possua o domínio sobre os mesmos. As competências empreendedoras apresentadas aqui são ferramentas básicas para se obter o domínio desejado sobre estes fatores e conquistar os resultados almejados em cada atividade crítica da profissão de empreendedor.

4. PESQUISA

4.1 Objetivo da pesquisa

A pesquisa realizada junto a empreendedores tem como objetivo principal identificar se a permanência do negócio em determinado ramo selecionado pode estar associado à presença das competências empreendedoras básicas para o desenvolvimento da atividade empreendedora.

Como objetivos complementares, a pesquisa procura responder:

- Se as pessoas que empreendem possuem as competências empreendedoras básicas;
- Quais as competências empreendedoras básicas mais presentes nos empreendedores;
- Como os empreendedores obtiveram essas competências;
- Se existem outros fatores que favorecem para a permanência do negócio no ramo identificados pelos próprios empreendedores;
- Quais são os fatores que os empreendedores atribuem para o fracasso de um negócio neste ramo.

4.2 Delimitação do estudo

Para identificar as competências empreendedoras básicas e/ou outros fatores que venham a associados a permanência de negócios em determinado ramo de atividade o estudo em questão se limitou sobre as dez atividades críticas da profissão de empreendedor apresentados no capítulo 3 deste trabalho.

4.3 Relevância do estudo

Como demonstrado no capítulo 1, a pesquisa realizada pelo CEMPRE relata que as maiores taxas tanto de natalidade como de mortalidade pertencem as micro e pequenas empresas.

No contexto social a possibilidade de iniciar um empreendimento para muitos brasileiros se torna a única possibilidade de escapar do desemprego e continuar trabalhando em alguma atividade que lhe dêem retorno financeiro. Para os empreendedores finalizar suas

atividades em tão pouco tempo como apresentado pela pesquisa, é um retrato cruel que dissemina com as esperanças de inúmeros “sonhadores” que viram no lançamento em uma atividade empreendedora a possibilidade de se manter financeiramente ou de implementar seus sonhos de grande negócios.

No contexto econômico, as micro e pequenas empresas são, em muitas vezes, as absorvedoras da força de trabalho existente no país e estimuladoras da dinâmica da sociedade com o desenvolvimento de novas soluções para as necessidades de outras empresas, mercados ou clientes. A mortalidade das empresas é uma questão estratégica para o país, pois as micro e pequenas empresas sustentam grande número de trabalhadores e permitem o crescimento de novas tecnologias e mercados muitas delas orientadas para atividades de exportação.

4.4 Metodologia da pesquisa

A metodologia desenvolvida para a realização desta pesquisa consistiu inicialmente na realização de uma pesquisa exploratória em referencial teórico sobre empreendedorismo, características dos empreendedores de sucesso, culminando com o levantamento dos fatores e das competências empreendedoras básicas necessárias, assim como os aprendizados obtidos em cada atividade.

Em seguida foi realizada uma pesquisa descritiva, aplicando-se um questionário de pesquisa – apêndice 1, em empresas montadas no ramo de vídeo-locadoras em Fortaleza.

O questionário de pesquisa é totalmente preenchido pelo empreendedor sem a presença do orientando. Foram distribuídos cerca de 20 questionários de pesquisa sendo que somente 10 responderam. Como o estudo em questão tem caráter exploratório a quantidade da amostra é satisfatória para se realizar uma análise qualitativa.

O questionário de pesquisa tem a seguinte estrutura:

1. Motivações para empreender – tem por objetivo identificar os motivos que levaram o empreendedor a optar por empreender em vez de um emprego, e os motivos que contribuíram para a escolha deste ramo;
2. Conhecendo o empreendedor – tem por objetivo contextualizar o empreendedor em cada atividade crítica da profissão de empreendedor. Para cada atividade crítica foi

desenvolvido um par de questionamentos para avaliar se o empreendedor em questão possui a competência básica para desenvolver a atividade e em que nível este se apresenta. A primeira pergunta refere-se à atividade em si, de forma que o empreendedor possa relacionar a sua reação, em seguida é apresentada uma pergunta tipo contra-prova que tem como objetivo confirmar de forma objetiva se o nível de competência que o empreendedor julga ter apresenta o resultado esperado para o negócio;

3. Auto-avaliação do empreendedor – são questionamentos feitos ao empreendedor com o objetivo de: visualizar a situação atual do negócio e em quanto tempo se encontra nesta situação; quanto tempo é necessário para se obter lucros com um negócio neste ramo na visão do empreendedor; o empreendedor auto-avaliar se as competências necessárias para se desenvolver as atividades descritas no questionário de pesquisa são suficientes para a continuidade do negócio no ramo ou se existem outros fatores relatados pelos mesmos; a origem das competências desenvolvidas pelos mesmos; se existe alguma deficiência por parte do empreendedor a ser melhorado; e quais os fatores relacionados pelos mesmos para o fracasso dos empreendedores neste ramo;
4. Identificando o empreendedor – identificar em que faixa etária se encontra o empreendedor; sexo; escolaridade e há quanto tempo está no ramo.

4.5 Coleta de dados

a) Motivações para empreender

As questões abertas presentes no item “Motivações para empreender” tem por objetivo captar as motivações e fatores que o empreendedor considera relevantes para a iniciação empreendedora, a fim de ampliar a visão e enriquecer a análise dos dados.

b) Conhecendo o empreendedor

A identificação das competências e em que nível se encontra é realizado a partir do cruzamento dos dois questionamentos realizados para cada atividade crítica do empreendedor no item 2 do questionário de pesquisa “Conhecendo o empreendedor”.

Na primeira pergunta avalia-se qual a reação ou atitude do empreendedor em determinada circunstância da atividade empreendedora, sendo a mesma classificada em três níveis: Satisfatório; Insuficiente e Inadequado.

A condição “Satisfatório” corresponde a primeira opção como resposta aos questionamentos; a condição “Insuficiente” corresponde a segunda opção como resposta para questionamentos com três opções ou a segunda e terceira opção como resposta para questionamentos com quatro opções; por fim a condição “Inadequado” corresponde a última opção de resposta para os questionamentos tanto as que possuem três opções como para as que possuem quatro opções de resposta.

A segunda pergunta comprova se o nível de competência apresentada pelo empreendedor realmente resulta nos resultados esperados para o negócio, assumindo duas possibilidades: Confirma e Não confirma.

A possibilidade “Confirma” está atribuído ao “Sim” e a possibilidade “Não confirma” está atribuído ao “Não” nos questionamentos dicotômicos.

c) Auto-avaliação do empreendedor

Para responder ao objetivo principal da pesquisa pode-se tomar como primeira análise comparar o tempo do negócio no ramo com o nível em que cada competência se encontra identificadas no item “Conhecendo o empreendedor” e que coincida com todos os empreendedores.

Como segunda forma de análise foi utilizada a comparação entre a situação em que se encontra o negócio: Lucro; Prejuízo; Se mantendo ou Não sabe, com o nível em que cada competência se encontra: Satisfatório, insuficiente ou inadequado.

Neste ponto cabe uma observação. A situação em que se encontra o negócio não é resultado condicionado aos empreendedores possuírem as competências, mas foi utilizado como parâmetro de análise do estudo para se observar o resultado do negócio na opinião dos empreendedores com relação ao nível em que se encontram as competências.

Com terceira forma de análise e julgamento do objetivo deste trabalho utilizou-se a auto-análise dos empreendedores com relação às competências se as mesmas têm relação

com a permanência do negócio no ramo através do questionamento de auto-avaliação feito aos mesmos no questionário de pesquisa.

Em seguida são apresentados os outros fatores que os empreendedores atribuem para a continuidade do negócio e os fatores para o fracasso dos empreendedores neste ramo.

Com relação à origem das competências é realizado um levantamento das formas de como os empreendedores obtiveram as competências que atribuem possuir para ter um bom desempenho nos questionamentos, assim como os fatores determinantes do fracasso de negócios neste ramo relatados pelos próprios empreendedores.

d) Identificando o empreendedor

Os dados que descrevem a amostra objeto da pesquisa foram tabulados para se conhecer o perfil dos empreendedores que responderam ao questionário de pesquisa.

4.6 ANÁLISE DOS DADOS

4.6.1 Motivações para empreender

No questionamento feito aos empreendedores a respeito do que os levou a empreender em vez de um emprego diversas respostas foram obtidas.

- a) 40% dos empreendedores atribuíram ao desemprego ou insatisfação com trabalhos anteriores;
- b) 30% dos empreendedores atribuíram ao desejo de iniciar seu próprio negócio;
- c) 20% dos empreendedores atribuíram a existência de capital pra iniciar o negócio;
- d) 10% dos empreendedores atribuíram a influência dos pais ou familiares.

As respostas apresentadas pelos empreendedores encontram descritas a seguir:

- A motivação de crescer com o próprio negócio é maior que trabalhar no negócio dos outros;
- A viabilidade de horário; estar mais próximo da família; liberdade de por em prática minhas próprias idéias;
- Capital da família; experiência com negócios familiares;

- Capital para investir em um empreendimento;
- Dificuldade de mercado de trabalho; dificuldade de bons salários; realização de ter seu próprio negócio;
- Influência dos pais, que sempre tiveram seus próprios comércios e empresas;
- Iniciar uma atividade e fazer prosperar; obter uma renda maior e poder adquirir melhor condição de vida;
- Não teve opção de emprego;
- O desemprego;
- O trabalho escravo.

Como se pode observar o fator desemprego contribuiu com 40% das motivações para empreender e 30% atribuem ao desejo de iniciar um negócio próprio somando-se 70% dos empreendedores. Estes dados confirmam os motivos apresentados no capítulo 3 a respeito das motivações para a iniciação da atividade empreendedora.

4.6.2 Motivações pela escolha do ramo

Com relação aos motivos para a escolha deste ramo encontrou-se os seguintes resultados:

- a) 50% dos empreendedores atribuíram ao relacionamento e identificação que possuem com o ramo escolhido;
- b) 40% dos empreendedores atribuíram ao conhecimento e possibilidade de ganhos neste segmento;
- c) 10% apresentaram outros fatores.

Os motivos por optar por este ramo de negócio, segundo os empreendedores estão descritos abaixo:

- A experiência de familiares e por ser um mercado na área de entretenimento em crescimento e tendências;
- Associação de uma locadora de games que já possuía com a vídeo-locadora;
- Conhecimentos nesta área;
- Existência de muitas vídeo-locadoras na área, e se visualizou uma possibilidade de ganhar dinheiro;

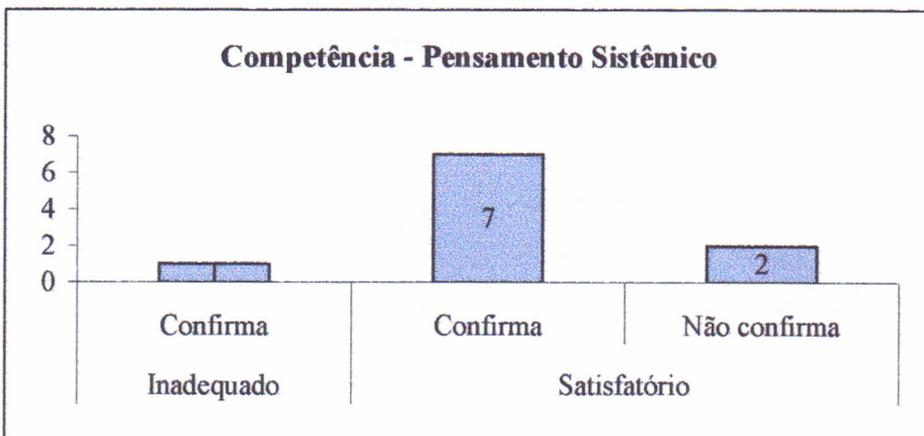
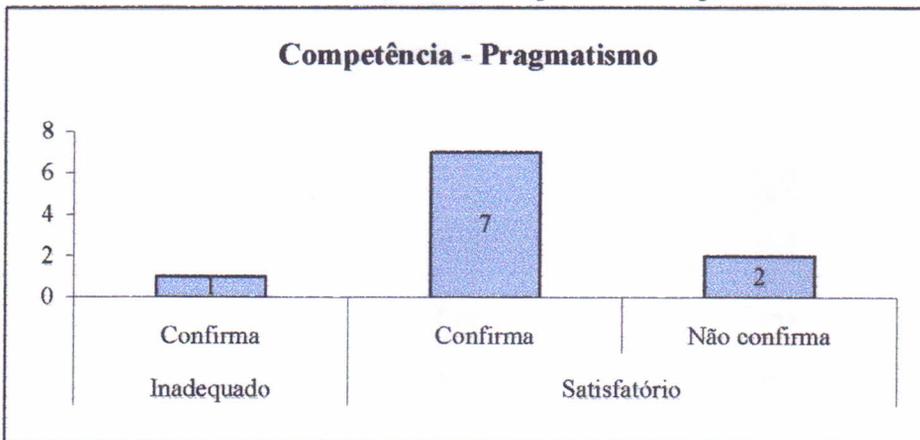
- Gosta do ramo e se identifica com o mesmo;
- Necessidade do bairro de um vídeo-locadora mais próximo;
- Prazer pelo cinema;
- Outros.

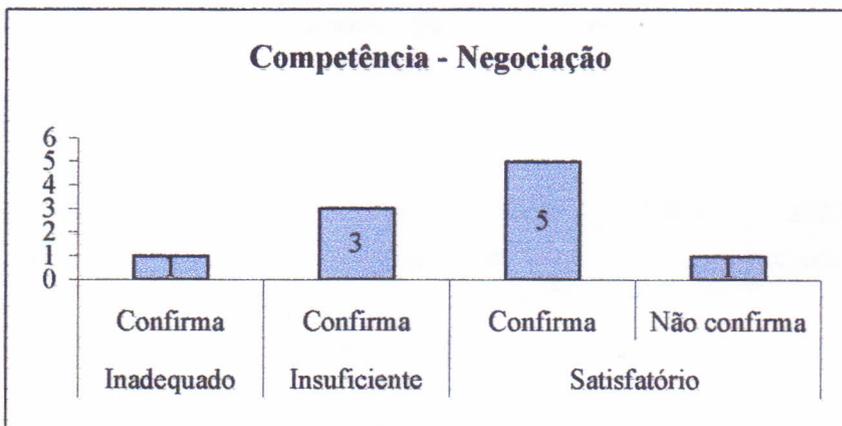
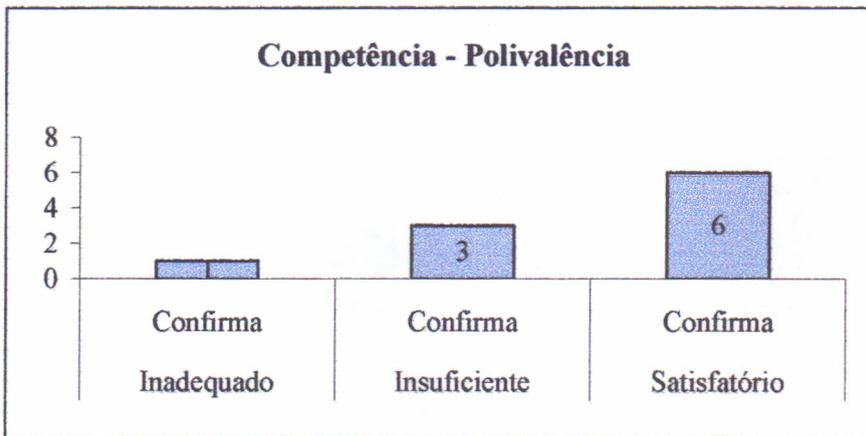
Percebe-se que os empreendedores ao escolherem o ramo para iniciar seus negócios se identificam pessoalmente com o ramo possuem conhecimento sobre o mesmo sendo os fatores mais relatados pelos empreendedores para a escolha do ramo.

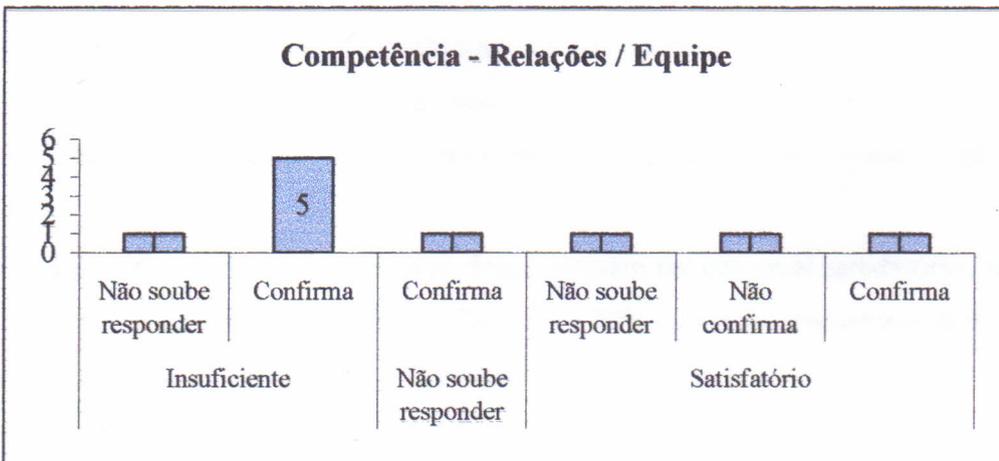
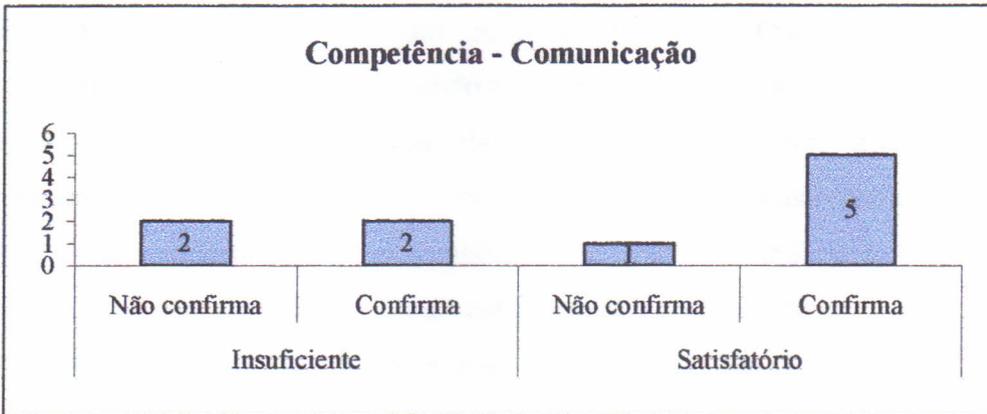
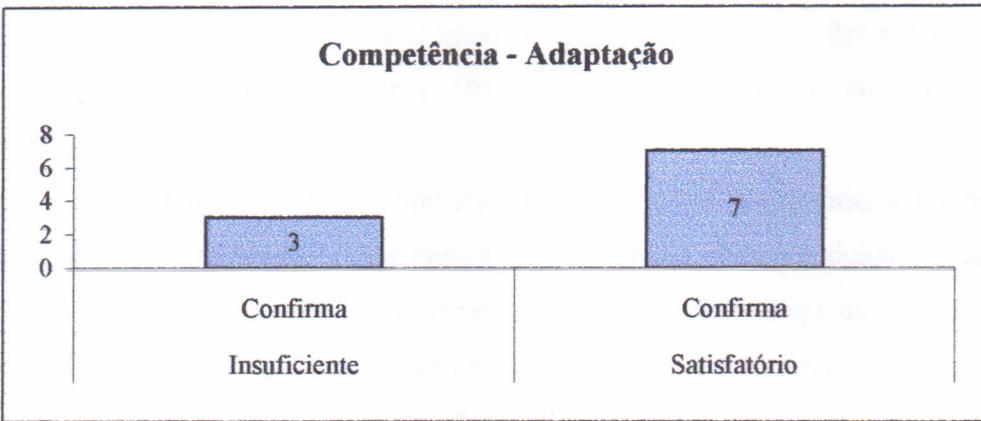
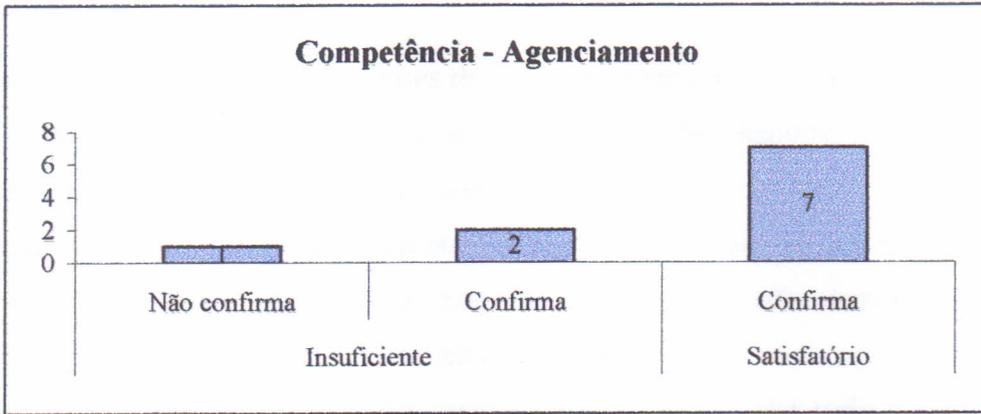
4.6.3 Identificação das competências dos empreendedores

Os empreendedores pesquisados demonstram possuir todas as competências relatadas por FILION descritas no capítulo 3 deste trabalho, sendo que em diversos níveis. O conjunto de gráficos denominado “Identificação das competências empreendedoras” – gráfico 3 – apresenta os resultados obtidos no questionário de pesquisa.

GRÁFICO 3 – Identificação das competências empreendedoras







O quadro resultante das competências demonstradas foi o seguinte:

Pragmatismo – 90% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório, sendo que destes 77,7% confirmaram a competência. Os outros 10% demonstraram ter um nível inadequado e mesmo assim confirmaram a competência.

Pensamento sistêmico – 90% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório, sendo que destes 77,7% confirmaram a competência. Os outros 10% demonstraram ter um nível inadequado e mesmo assim confirmaram a competência.

Visão – 40% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório e confirmaram a competência. 50% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente e destes 60% confirmaram a competência. Os outros 10% demonstraram ter um nível inadequado e confirmaram a competência.

Ação – 60% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório e confirmaram a competência. 20% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente e destes 50% confirmaram a competência. 10% demonstraram ter um nível inadequado e confirmaram a competência. Os outros 10% não souberam responder, mas confirmaram a competência.

Polivalência – 60% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório; 30% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente; 10% dos empreendedores demonstraram ter um nível inadequado, sendo que todos confirmaram a competência.

Negociação – 60% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório e destes 83,3% confirmaram a competência. 30% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente, mas confirmaram a competência. Os outros 10% dos empreendedores demonstraram ter um nível inadequado, mas confirmaram a competência.

Agenciamento – 70% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório e confirmaram a competência. Os outros 30% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente, sendo que destes 66,7% confirmaram a competência.

Adaptação – 70% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório; 30% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente, sendo que todos confirmaram a competência.

Comunicação – 60% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório, sendo que destes 83,3% confirmaram a competência. Os outros 40% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente, sendo que 50% confirmaram a competência.

Relações / equipe – somente 30% dos empreendedores demonstraram ter um nível satisfatório, sendo que destes 33,3% confirmaram a competência. 10% dos empreendedores

não souberam responder, mas confirmaram a competência; e 60% dos empreendedores demonstraram ter um nível insuficiente, sendo que 83,3% confirmaram a competência.

Pode-se inferir a partir destes dados que os empreendedores possuem todas as competências empreendedoras básicas, sendo que as competências que mais se destacaram foram: o Pragmatismo; o Pensamento Sistêmico; o Agenciamento e a Adaptação com nível satisfatório a partir de 70% dos empreendedores demonstrando que os mesmos dominam com maior desenvoltura as atividades de: Identificação de oportunidades de negócio; Concepção de visões; Colocar-se no mercado; e Vender.

As outras competências empreendedoras demonstraram estar menos desenvolvidas nos empreendedores, pois o nível satisfatório estava presente entre 60% a 30% dos empreendedores.

O nível de desenvolvimento das competências é influenciado pelos fatores do processo empreendedor como se pode observar, por exemplo, com a competência “Relações / Equipe” em que somente 30% dos empreendedores apresentaram nível satisfatório.

Este resultado deve-se ao fato das empresas no ramo de vídeo-locadoras serem geralmente administradas somente por uma pessoa, o empreendedor, ou com um ou dois funcionários, sendo a competência pouco explorada pelo empreendedor.

4.6.4 Relação do tempo de existência do negócio com o nível das competências

Na pesquisa realizada os empreendedores se encontram de 2 anos a 8 anos no ramo, sendo que 70% dos empreendedores estão na faixa de 3 a 5 anos de existência, conforme demonstra o gráfico 4.



Gráfico 4 – Tempo no ramo

Para se identificar a relação das competências com o tempo de existência do negócio no ramo é necessário visualizar os níveis das competências distribuídas em cada grupo de anos. As tabelas denominadas Tempo no ramo (anos) x Níveis das competências – tabelas 5.1 e 5.2 – apresentam o número de empresas que demonstraram os níveis: satisfatório, insuficiente e inadequado para cada competência por grupo de anos.

TABELA 5.1 – Tempo no ramo (anos) x Níveis das competências

Tempo no ramo	Pragmatismo	Pensamento sistêmico	Visão	Ação	Polivalência	Resultado
2						1
	Satisfatório					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Insuficiente			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Satisfatório	1
3						2
	Inadequado					1
		<i>Insuficiente</i>				1
			Insuficiente			1
				<i>Insuficiente</i>		1
					Insuficiente	1
	Satisfatório					1
		<i>Insuficiente</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Insuficiente	1

TABELA 5.2 Tempo no ramo (anos) x Níveis das competências (Continuação)

Tempo no ramo	Negociação	Agenciamento	Adaptação	Comunicação	Relações / Equipe	Resultado
2						1
	Satisfatório					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Insuficiente</i>		1
					Insuficiente	1
3						2
	Insuficiente					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Insuficiente			1
				<i>Insuficiente</i>		1
					Insuficiente	1
	Satisfatório					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Insuficiente	1
4						3
	Inadequado					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Insuficiente			1
				<i>Insuficiente</i>		1
					Não soube responder	1
	Satisfatório					2
		<i>Satisfatório</i>				2
			Satisfatório			2
				<i>Satisfatório</i>		2
					Insuficiente	1
					Satisfatório	1

Tempo no ramo	Negociação	Agenciamento	Adaptação	Comunicação	Relações / Equipe	Resultado
5						2
	Insuficiente					1
		<i>Satisfatório</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Satisfatório	1
	Satisfatório					1
		<i>Insuficiente</i>				1
			Insuficiente			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Insuficiente	1
7						1
	Insuficiente					1
		<i>Insuficiente</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Satisfatório</i>		1
					Insuficiente	1
8						1
	Satisfatório					1
		<i>Insuficiente</i>				1
			Satisfatório			1
				<i>Insuficiente</i>		1
					Satisfatório	1
Total Global						10

O que se pode inferir a partir destas tabelas é que as empresas em cada grupo de anos, apresentam as competências com diversos níveis, com predominância do nível satisfatório demonstrando que os empreendedores independente do tempo de existência no ramo procuram desenvolver as suas competências.

Ao se realizar o cruzamento das competências nos respectivos níveis comuns a todos os empreendedores, em cada grupo de anos têm-se como resultado os dados apresentados na tabela 6.

TABELA 6 – Relação entre o tempo de permanência do negócio no ramo e o nível das competências

Tempo (em anos)	Nível das Competências		
	Satisfatório	Insuficiente	Inadequado
2	Pragmatismo Pensamento Sistêmico Ação Polivalência Negociação Agenciamento Adaptação	Visão Comunicação Relações / Equipe	-
3	Agenciamento	Pensamento Sistêmico Polivalência Relações / Equipe	-
4	Polivalência Agenciamento	-	-
5	Pragmatismo Ação Comunicação	Pensamento Sistêmico	
7	Pragmatismo Adaptação Comunicação	Pensam. Sistêmico Visão Ação Negociação Agenciamento Relações / Equipe	Polivalência
8	Pragmatismo Pensam. Sistêmico Polivalência Negociação Adaptação Relações equipe	Visão Agenciamento Comunicação	Ação

Para se analisar a relação entre o tempo de permanência no ramo e o nível das competências, as empresas com 2, 7 e 8 anos de existência passam a ser desconsideradas, pois na pesquisa realizada foi identificado somente uma empresa em cada tempo de existência relacionados anteriormente.

As empresas com 3 anos de existência apresentam somente a competência Agenciamento com nível satisfatório, enquanto as competências Pensamento Sistêmico, Polivalência e Relações / Equipe apresentam nível insuficiente comuns a todos os empreendedores.

As empresas com 4 anos de existência apresentam somente as competências Polivalência e Agenciamento com nível satisfatório comuns a todos os empreendedores.

E as empresas com 5 anos de existência apresentam as competências Pragmatismo, Ação e Comunicação com nível satisfatório e somente a competência Pensamento Sistêmico com nível insuficiente comuns a todos os empreendedores.

O que se pode inferir a partir das informações anteriores é que os empreendedores, durante o decorrer dos anos de existência do negócio, demonstram ter diferentes competências comuns desenvolvidas com nível satisfatório. Isto pode estar relacionado com a fase em que se encontra e fatores que estão agindo sobre os mesmos conforme o que foi apresentado no capítulo 3.

4.6.5 Relação da situação do negócio com os níveis das competências

Na segunda forma de análise, a pesquisa demonstrou que os negócios dos respectivos empreendedores apresentavam duas situações: “Lucro” em 70% dos empreendedores; e “Se mantendo” em 30% dos empreendedores. Os gráficos 5 e 6 demonstram a relação da situação do negócio comparando-se com o nível em que se encontra cada competência identificadas na pesquisa.

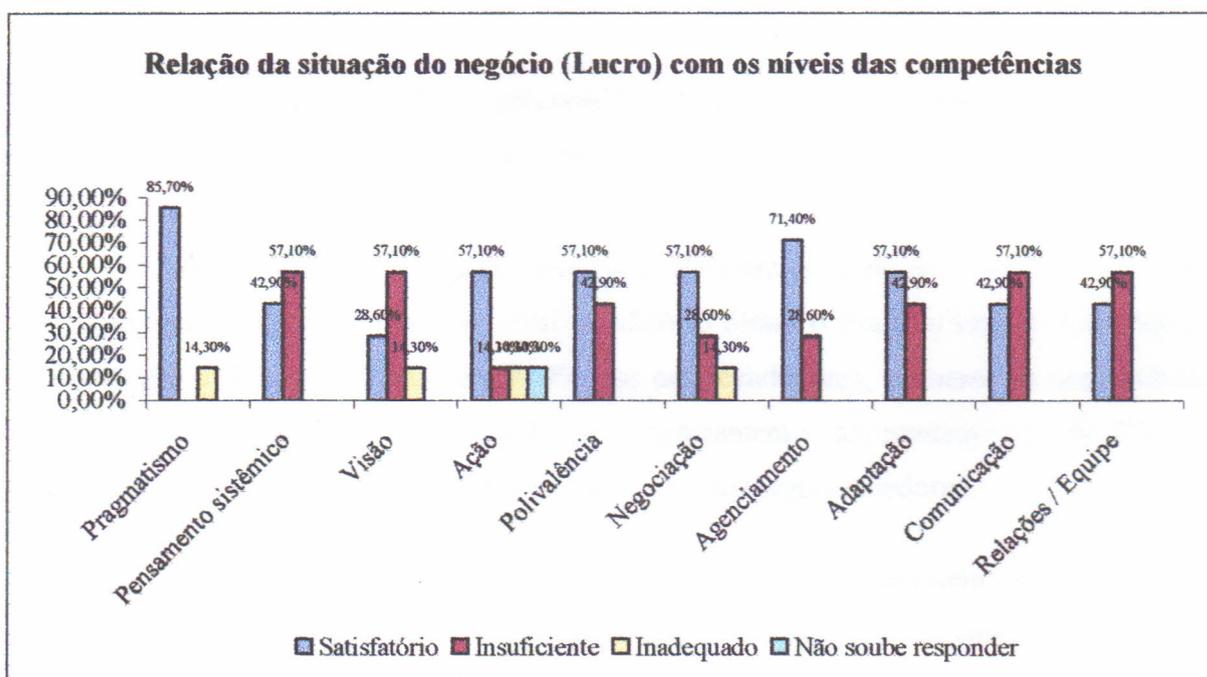


GRÁFICO 5 – Relação da situação do negócio (Lucro) com os níveis das competências

Com relação aos empreendedores que relataram estar em situação “Lucro”, as competências mais presentes com nível satisfatório foram o Pragmatismo com 85,7% e o Agenciamento com 71,4% dos empreendedores, enquanto as competências Ação, Polivalência, Negociação e Adaptação se apresentaram com nível satisfatório em 57,1% dos empreendedores e finalizando as competências Pensamento Sistêmico, Comunicação e Relações / Equipe possuem nível satisfatório em 42,9% dos empreendedores e a competência Visão em 28,6%. Como se observa 6 das 10 competências possuem nível satisfatório acima de 57% dos empreendedores tornando-se as competências mais significativas para estes empreendedores no momento da pesquisa.

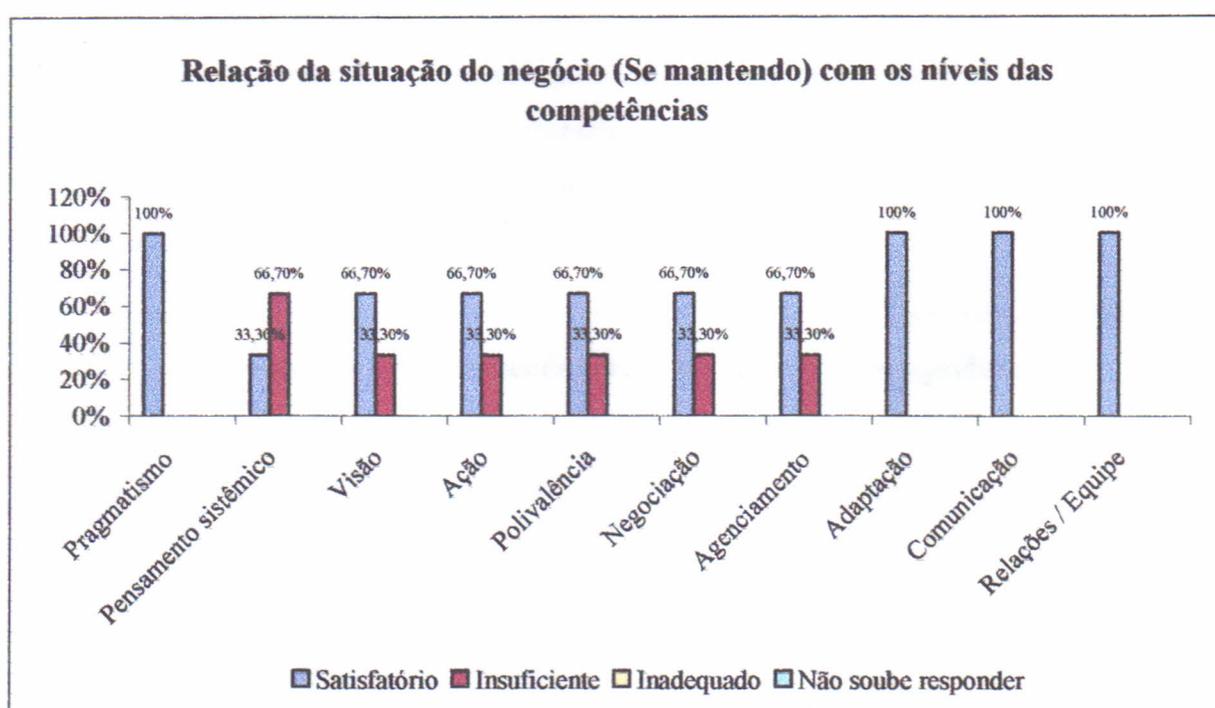


GRÁFICO 6 – Relação da situação do negócio (Se mantendo) com os níveis das competências

Com relação aos empreendedores que relataram estar em situação “Se mantendo”, as competências mais presentes com nível satisfatório foram o Pragmatismo, a Adaptação, a Comunicação e Relação / Equipe em 100% dos empreendedores, enquanto as competências Visão, Ação, Polivalência, Negociação e Agenciamento apresentam em 66,7% dos empreendedores e o Pensamento Sistêmico em 33,3% dos empreendedores.

Para estes empreendedores 9 das 10 competências possuem nível satisfatório acima de 66% dos empreendedores. Este resultado demonstra que os empreendedores que estão nesta situação procuram desenvolver um maior número de competências para o desenvolvimento de seus negócios.

4.6.6 Auto-análise dos empreendedores com relação às competências

Ao analisar as respostas dadas pelos empreendedores de que a continuidade do negócio tem relação com as competências que demonstraram possuir para ter bons resultados nos questionamentos, do item “Conhecendo o empreendedor” tem-se os seguintes resultados. Tanto para os empreendedores que se apresentam atualmente com “Lucro” como os empreendedores que se apresentam atualmente “Se mantendo”, responderam que a continuidade do negócio tem relação com as competências que demonstraram possuir.

Somente 10% dos empreendedores argumentaram que não tem relação. Estes apresentavam situação de lucro. Na pesquisa estes demonstraram que a existência de capital no negócio está influenciando sua permanência no ramo, embora não tenham apresentado nenhum outro fator para sua permanência no questionamento seguinte (pergunta 3.c). O gráfico 7 apresenta os resultados obtidos.

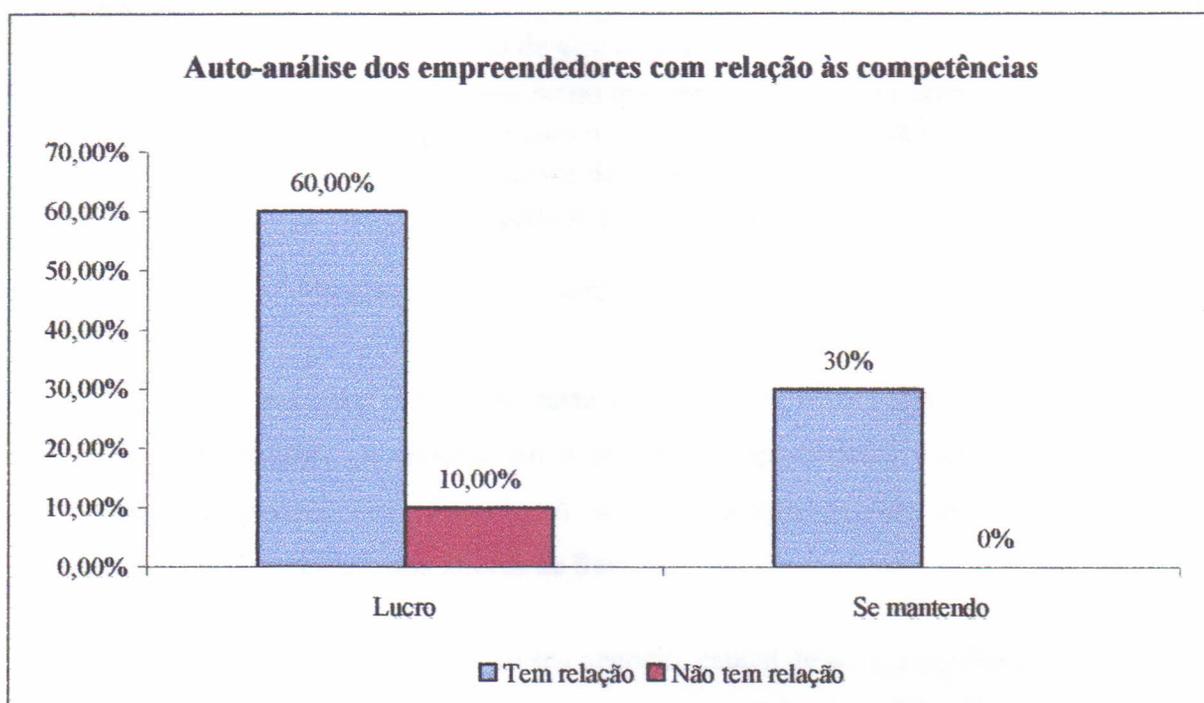


GRÁFICO 7 – Auto-análise dos empreendedores com relação às competências

A partir destas informações, pode-se confirmar que a presença das competências empreendedoras tem relação com a permanência dos negócios no ramo, objetivo principal deste trabalho.

4.6.7 Auto-análise dos empreendedores com relação a outros fatores para a permanência do negócio

Com relação a outros fatores para a continuidade do negócio no ramo, somente 44,4% dos empreendedores que relataram que as competências demonstradas têm relação com a continuidade do negócio declararam outros fatores para a continuidade. Os fatores apresentados por estes empreendedores estão relacionados a existência de capital de giro, preocupação com a satisfação do cliente e cursos de capacitação. A tabela 7 apresenta os resultados dos outros fatores.

TABELA 7 – Auto-análise dos empreendedores com relação a outros fatores para a permanência do negócio

Análise dos empreendedores	Outros fatores para a permanência do negócio	Resultado
Não tem relação		1
	Não declarou outros fatores	1
Tem relação		9
	Capital de giro estável.	1
	Existem metas que temos que cumprir com os clientes para o seu bem estar dentro da locadora.	1
	Fazer cursos de capacitação.	1
	Não declarou outros fatores	5

4.6.8 Fatores para o fracasso segundo os empreendedores

Os fatores para o fracasso neste ramo apresentados pelos empreendedores têm relação com os fatores que influenciam o processo empreendedor como também com as competências empreendedoras básicas. A seguir são apresentadas as contribuições dos empreendedores com relação aos fatores de fracasso.

- Competição de mercado próximo ao seu negócio; capital de giro; experiência;
- Falta de conhecimento no ramo; baixo ou nenhum capital de giro; mau atendimento ao consumidor;
- Falta de conhecimento técnico; má condição de mercado; alta concorrência e falta de competências em gerir o negócio;
- Falta de investimento (material, pessoal); não ter um horário regular no atendimento dos clientes; postura profissional (aparência e tratamento); não tratar bem o cliente;

- Falta de perseverança, descontrole de investimento, atendimento sem qualidade;
- Mau atendimento; má aparência; má localização;
- O custo do produto e o despreparo comercial;
- Para esse ramo tem que ter muita paciência e perseverança e jogo de cintura;
- Ramo que precisa de muita organização;
- Valor do aluguel do imóvel; não entender do assunto; localização geográfica; péssimo atendimento.

4.6.9 Forma de aquisição das competências

As formas de aquisição das competências relatadas pelos empreendedores demonstraram que: 60% dos entrevistados atribuem a experiência do dia a dia; enquanto escola, cursos e trabalhos anteriores foram citados em 20%, neste caso os empreendedores marcaram mais de uma opção. O resultado deste item confirma que os empreendedores possuindo ou não conhecimentos sobre as competências os mesmos são desenvolvidos quando colocados em atuação no negócio. O gráfico 8 apresenta o resultado da pesquisa referente a este assunto.

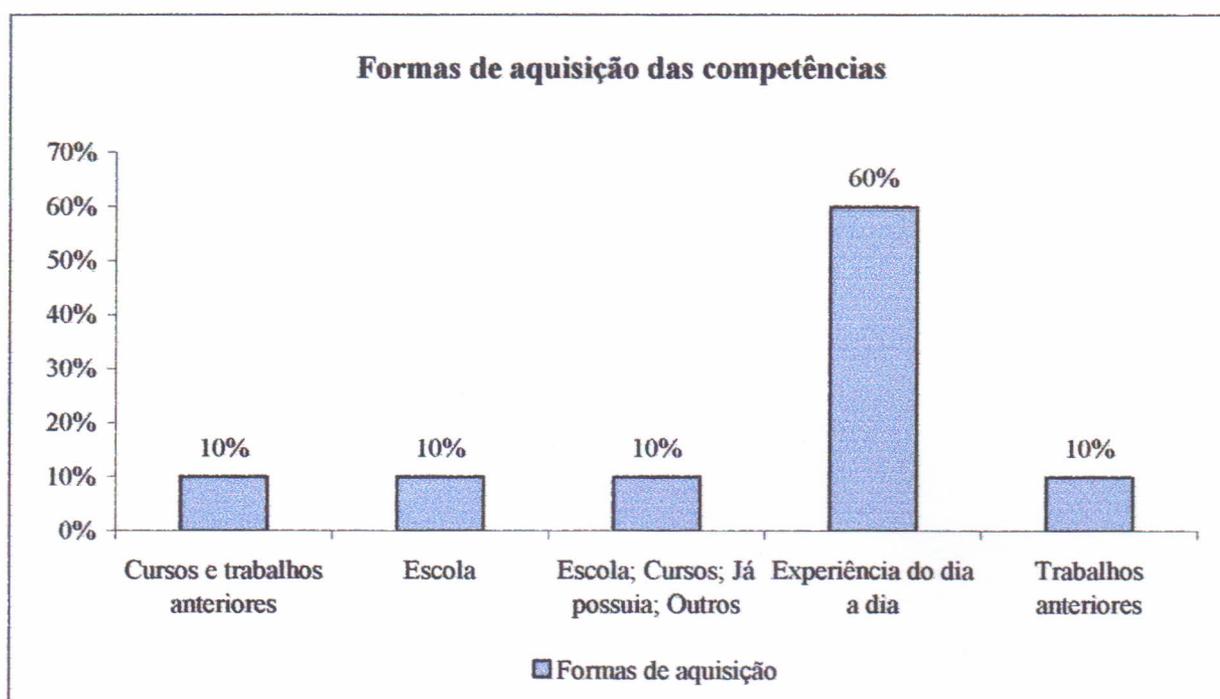


GRÁFICO 8 – Formas de aquisição das competências

4.6.10 Perfil dos empreendedores

O perfil dos empreendedores que participaram da pesquisa é composto por 80% homens em relação a 20% de mulheres; as faixas etárias de 25 a 34 anos e de 35 a 44 anos representam igualmente 40%; escolaridade é de 60% com 2º grau e 40% com nível superior; e uma média de 4 anos no ramo.

CONCLUSÕES

Esta monografia teve como objetivo principal analisar se a permanência do negócio em determinado ramo selecionado pode estar associado à presença das competências empreendedoras básicas para o desenvolvimento da atividade empreendedora.

Como a pesquisa realizada tem caráter exploratório e a amostra coletada é aleatória, de conveniência e não probabilística, não se pode ter conclusões determinísticas para todo o universo dos empreendedores.

A respeito do objetivo principal desta monografia, pode-se concluir que a presença das competências empreendedoras tem relação com a permanência do negócio no ramo de vídeo-locadoras. Esta conclusão está baseada a partir da auto-análise dos empreendedores quando foi questionado aos mesmos se a continuidade do seu negócio tem relação com a presença das competências empreendedoras, no qual 90% dos empreendedores consideraram a existência da relação.

A respeito de outros fatores para a permanência, 60% dos empreendedores não relataram outros fatores para a continuidade do negócio e as contribuições apresentadas pelos outros 40% estão relacionados a deficiências nas competências empreendedoras.

Contribuindo ainda para o objetivo principal deste trabalho, tem-se o relato dos empreendedores com relação aos fatores para o fracasso de empreendedores neste ramo. As contribuições apresentadas demonstram que a falta de conhecimento do ramo e o despreparo do empreendedor para a atividade são os principais fatores para o fracasso. Como demonstrado no trabalho que a competência é um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, pode-se atribuir o fracasso do empreendedor ao não desenvolvimento adequado das competências empreendedoras necessárias para o desenvolvimento da atividade.

Na pesquisa realizada, identificou que os empreendedores possuem as competências empreendedoras básicas e procuram desenvolvê-las durante o processo empreendedor, e que a presença dos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientes influenciam o desenvolvimento das competências.

Com relação às competências empreendedoras básicas mais presentes nos empreendedores com nível satisfatório foram: o Pragmatismo, o Pensamento Sistêmico, o Agenciamento e a Adaptação.

Ao comparar as competências com o tempo de existência do negócio, constatou que as competências mais presentes com nível satisfatório mudam com o decorrer dos anos de existência das empresas. Esta mudança ocorre de acordo com as necessidades das empresas e da presença dos fatores que estejam interferindo no processo.

As empresas constantes na pesquisa apresentam resultados financeiros positivos, já que 70% dos pesquisados relataram lucro e 30% estão se mantendo, nem lucro e nem prejuízo.

Ao se analisar as competências empreendedoras com a situação atual do negócio, constatou-se que os negócios que estão se mantendo procuram desenvolver um maior número de competências com nível satisfatório em comparação com os negócios que já apresentam lucros. Isto pode ser entendido como uma preocupação das empresas que estão se mantendo estarem atrás da obtenção de lucros, e, portanto precisam estar mais preparadas e capacitadas para alcançar seus objetivos.

Com relação à origem das competências, 60% dos empreendedores relataram que a origem das competências é por meio da experiência do dia-a-dia. Pode-se constatar que o desenvolvimento das competências empreendedoras é obtido principalmente a partir da prática da atividade empreendedora.

Com relação ao perfil dos empreendedores neste ramo, os mesmos demonstraram possuir um bom nível de escolaridade, visto que 40% dos empreendedores possuem nível superior e os outros 60% possuem 2º. grau. Pode-se considerar que para este ramo, as pessoas que venham a desempenhar a atividade empreendedora precisam possuir uma boa base educacional. Já com relação à idade percebe-se que este ramo é desenvolvido principalmente por pessoas jovens.

Com relação às motivações para empreender, os empreendedores demonstraram que os fatores desemprego e o desejo de ter um negócio próprio são os incentivadores para iniciar uma atividade empreendedora. Se compararmos estas motivações com a idade dos

empreendedores que participaram da pesquisa, verifica-se que a opção de empreender torna-se para muitos a opção existe para o seu crescimento profissional.

Já com relação à escolha do ramo, observa-se que os empreendedores possuem alguma relação pessoal, gosto ou admiração, com o ramo confirmando o que foi exposto neste trabalho de que, o ramo em que o empreendedor deseja atuar deve ser compatível com seus desejos, aspirações e com as características pessoais.

Conclui-se que para atuar no ramo de vídeo-locadoras, os empreendedores devem desenvolver as competências empreendedoras, haja vista a relação que as mesmas possuem com a continuidade do negócio apresentada neste trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela. **O Segredo de Luísa: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** 14ª. Edição. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

CHER, Rogério. **O meu próprio negócio / Todos os passos para avaliação, planejamento, abertura e gerenciamento de um negócio próspero.** São Paulo: Negócio Editora, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo – Transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Editora Campos, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (Entrepreneurship): Práticas e princípios.** 2ª. Edição. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, Louis Jacques. DOLABELA, Fernando e seus colaboradores. **Boa Idéia! E Agora?** Cultura Editores Associados, 2000.

GLOBAL GEM 2002: **Empreendedorismo no Brasil.** Global Entrepreneurship Monitor. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/relatorio_global_2002.pdf>. Acesso em: 11 de julho de 2003.

Guia PEGN: Como montar seu próprio negócio. São Paulo: Editora Globo, 2002.

IBGE. **Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – 2001.** Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/cadastroempresa/2001/cempre2001.pdf>>. Acesso em: 23 de novembro de 2003.

JR, Thomas Wood. FILHO, Vicente Picarelli. **Remuneração Estratégica – A Nova Vantagem Competitiva.** 2ª. Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1999.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Anuário Estatístico da Rais 2001.** Disponível em: Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/ued/estat_empformais.htm>. Acesso em: 30/11/2003.

OLIVEIRA, Dílson Campos de. **Ações de apoio ao empreendedorismo e perfil empreendedor**. 2003. 157p. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Administracao_OliveiraDC_1.pdf>. Acesso em: 06 de setembro de 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry ... (et al.). **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª. Edição. São Paulo: Atlas, 1999.

SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**. 2ª. Edição revista e atualizada. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

SEBRAE. **Estatísticas das empresas formais**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/ued/index.htm>>. Acesso em: 25 de novembro de 2003.

SEBRAE - Unidade de Estratégias e Diretrizes. **Observatório Sebrae da MPE – Estudo da MPE N° 1, Julho 2003**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/estudo_mpe1.doc>. Acesso em: 25 de novembro de 2003.

STONER, James A. FREEMAN, R. Edward. **Administração**. Rio de Janeiro: Editora Prentice-Hall do Brasil Ltda, 1985.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Manual para elaboração de monografia**. Fortaleza, 2000. Disponível em: <<http://ufc.br/sw.npd.ufc.br/feaac/publicacao/manualmono.zip>>. Acesso em: 09 de agosto de 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

ANEXO 1: Box BR 15 - Condições Estruturantes que afetam o Empreendedorismo

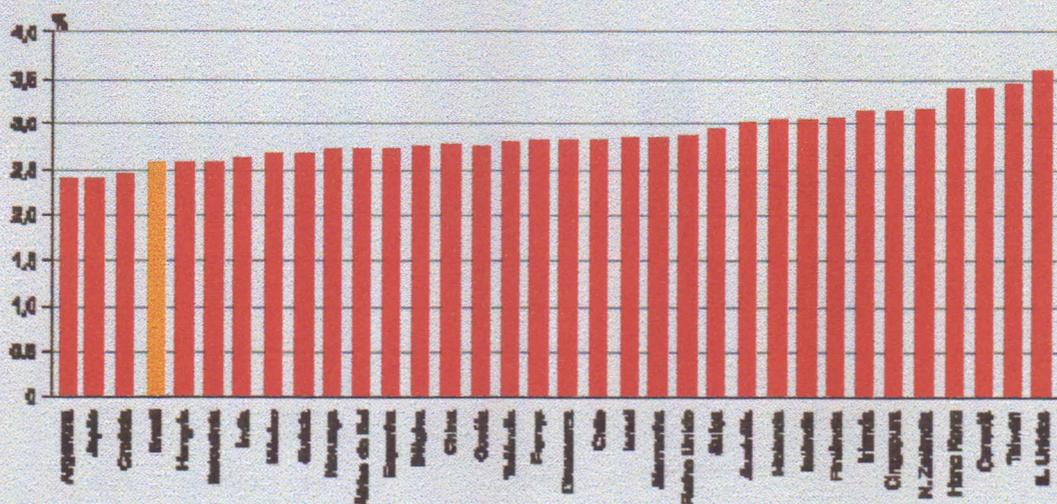
BOX BR 15

CONDIÇÕES ESTRUTURAIS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO

Os Fatores Restritivos

Na avaliação geral comparando os 37 países, a média obtida a partir da avaliação junto aos especialistas mantém o Brasil entre os países que apresentam condições bastante desfavoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo (Gráfico BR 5). Dentre as condições estruturais avaliadas pelos especialistas brasileiros como mais adversas, destacam-se fatores relacionados à política governamental, educação e treinamento, pesquisa e desenvolvimento incluindo transferência de tecnologia, capacidade empreendedora e suporte financeiro, que afetam de forma restritiva a atividade empreendedora no país. O valor médio obtido de 2,55 fica abaixo da média internacional a qual reflete a baixa avaliação recebida pelos países em desenvolvimento. Uma forma mais pragmática e estratégica de se olhar a questão seria a comparação direta com os EUA, país que apresenta o melhor desempenho em praticamente todos os fatores, o que permitiria uma análise objetiva dos fatores que demandam ações corretivas que efetivamente contribuam para a criação e sustentação das empresas particularmente nos estágios embrionários, quando o empreendedor normalmente está mais envolvido com a construção de sua base de recursos (Gráfico BR 6). Favorecer de forma sistemática as novas empresas (licitações), a prioridade de fato dada as políticas voltadas à atividade empreendedora nas três esferas de governo, e a facilidade e agilidade na obtenção de licenças e concessões, seriam ações referentes ao item "política de governo", vistas como positivas na avaliação dos especialistas nos EUA. Estes mesmos fatores recebem avaliação bastante negativa por parte dos especialistas brasileiros. Ainda com referência à ação governamental, questões relativas aos entraves de natureza burocrática, seja esta federal, seja estadual, seja municipal, destacam-se pelo lado negativo quando contrastadas à realidade dos EUA. As dificuldades geradas pela imposição de requisitos legais, fiscais e administrativos, deixam distante a possibilidade de formalizar um novo empreendimento num período de tempo menor do que uma semana, o que seria o usual naquele país.

GRÁFICO BR 5 - MÉDIA DE TODOS OS FATORES



Contribuem também para as dificuldades impostas ao empreendedor nascente, o número de obstáculos gerados pelos ritos e demandas governamentais. A excessiva carga de tributos e outras regulamentações, nem sempre previsíveis ou consistentes com a realidade econômica das empresas, torna a condição do empreendedor nacional em significativa desvantagem na comparação com estas mesmas questões no contexto norte-americano. Na perspectiva dos especialistas, tais restrições favorecem a opção pela informalidade dos negócios, mantidos à margem do legalmente possível, como último recurso para viabilizar a criação e consolidação de um novo empreendimento.

ANEXO 2: Box BR 15 - Condições Estruturantes que afetam o Empreendedorismo – Continuação

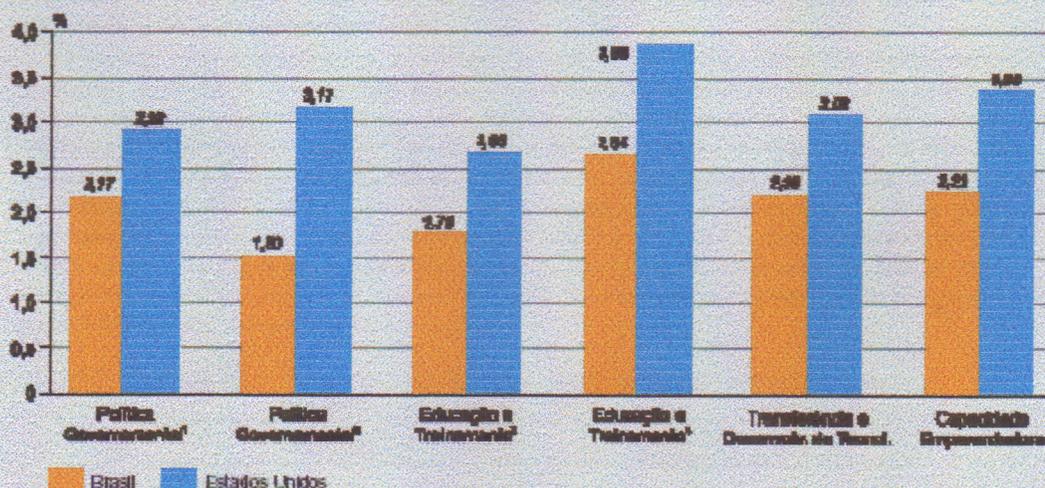
BOX BR 15 (continuação)

Outro aspecto visto como deficitário refere-se ao ensino em escolas primárias e secundárias que tende a não encorajar a criatividade, a auto-suficiência ou a iniciativa pessoal. Da mesma forma, a grade curricular não contempla instrução adequada quanto aos princípios econômicos inerentes a um mercado competitivo, assim como às características e à dinâmica do empreendedorismo como opção profissional. O papel exercido pela nova empresa na geração de emprego e riqueza continua pouco esclarecido, ao contrário do que acontece nos países onde estes fatores são vistos como estimuladores de uma cultura e atitude empreendedora, sendo fator de geração de emprego e renda.

Na condição estrutural referente à pesquisa e transferência de tecnologia, a avaliação dos fatores mais diretamente ligados ao desenvolvimento tecnológico, principalmente pela crescente importância das incubadoras no processo da inovação e criação de empresas no país, aproximam-se mais dos padrões apresentados pelos países mais bem colocados. Entretanto, a dificuldade de acesso a novas tecnologias por parte das empresas nascentes ou em consolidação permanece como aspecto restritivo devido, em grande parte, à frágil condição econômica dos projetos embrionários e ao alto custo do capital disponível no país.

A capacidade de gestão de novos negócios comparativamente ao empreendedor americano é estimada como deficitária particularmente nos aspectos organizacionais que viabilizam a consolidação dos negócios no longo prazo. Enquanto um grande número de brasileiros se considera apto e com experiência para administrar um novo ou pequeno negócio, os aspectos culturais e estruturais ligados à gestão dos recursos, à avaliação do potencial e aos requisitos dos mercados, são normalmente tratados com certa superficialidade, subestimando-se sua complexidade. O uso inadequado ou deficiente de novas técnicas de gestão hoje disponíveis e de fácil acesso não contribui para a prevalência no tempo dos empreendimentos, garantindo a sua consolidação e conseqüente expansão.

GRÁFICO BR 6 - PRINCIPAIS FATORES QUE DETERMINAM A POSIÇÃO DO BRASIL COMPARADA AOS EUA



NOTAS: (1) Procedimentos da Política; Apoio à Empresas Novas
 (2) Regularização de Empresas; Agilidade nos processos
 (3) Ensino de 1º e 2º Grau
 (4) Ensino Superior e Aperfeiçoamento

Fonte: Relatório Global GEM (2002: 38).

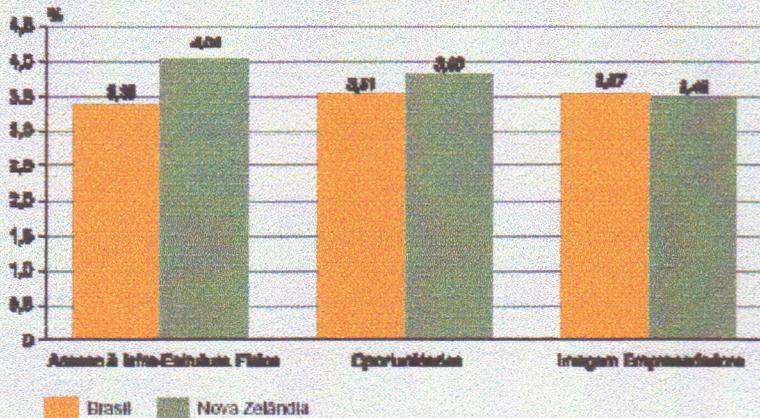
Fonte: Relatório Global GEM (2002: 39).

ANEXO 3: Box BR 16 – Aspectos que favorecem

BOX BR 16**ASPECTOS QUE FAVORECEM**

A avaliação dos especialistas destaca três condições consideradas como fatores que têm favorecido nas duas últimas décadas, a disseminação da cultura empreendedora no país, a infraestrutura física disponível e a existência de boas oportunidades para novos negócios (Gráfico BR 7). O Brasil assume posição equiparada à média mundial (3,47 x 3,48) e bastante próxima à média obtida para a Nova Zelândia nestas três condições. Vias e meios de transporte, comunicação, saneamento, gás e energia, são considerados fatores de infra-estrutura básicos para o desempenho eficiente de uma economia moderna inserida no contexto da competitividade internacional.

GRÁFICO BR 7 - FATORES AVALIADOS - BRASIL COMPARADO À NOVA ZELÂNDIA



A existência de oportunidades para novas frentes de negócio, a percepção de sua existência e a capacidade de aproveitá-las, constituem sem dúvida um ingrediente essencial para que o empreendedorismo aconteça, e, nesse aspecto, a avaliação dos especialistas coloca o empreendedor brasileiro em condições bastante próximas às da Nova Zelândia. Exceção feita à disponibilidade e facilidade de acesso a informações relevantes ao processo de identificação destas oportunidades, visto como deficiente no caso brasileiro.

O aspecto mais surpreendente, se comparado com os resultados obtidos nos levantamentos passados, refere-se à imagem mais positiva e a aceitação do empreendedor como agente de transformação e progresso de uma economia. A noção negativa do papel do empresário e dos meios utilizados para atingir seus objetivos, carregando um estigma bastante negativo no seio da sociedade brasileira, tem cedido lugar a uma visão mais benevolente na qual o empreendedor assume posição mais visível e legítima como opção de carreira. A criação de novas empresas tem aceitação significativamente mais generalizada na atualidade como forma lícita e apropriada para enriquecer. A celebração e destaque dos feitos e conquistas de novos empreendedores têm recebido maior espaço nos meios de comunicação, ajudando a construir uma imagem mais positiva do seu papel no desenvolvimento social e econômico do país.

TABELA BR 7 - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - SETORES MAIS DINÂMICOS NA UTILIZAÇÃO DE ALTA TECNOLOGIA

SETORES	%
Software de serviços	12
Biociência	11
E-Commerce/Internet	10
Bancário/financeiro/seguros	7
Software para produtos	7
Serviços educacionais	4
Metais, materiais e mineração	4
Agricultura/horticultura/florestal	4

Anexo 4: Box BR 16 – Aspectos que favorecem – Continuação

BOX BR 16 (continuação)

FORÇAS POSITIVAS

Como parte da entrevista estruturada com os especialistas, estes são solicitados a destacar quais, em sua ótica, seriam os aspectos que constituem forças diferenciadoras do país e que favorecem positivamente o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. Dentre as condições que exercem uma força positiva no estímulo ao empreendedorismo, destacam-se:

- ◆ Elevada visão para identificar oportunidades.
- ◆ Diversidade étnica e cultural favorecendo a tolerância às diferenças.
- ◆ Receptividade ao novo, à inovação.
- ◆ Criatividade, flexibilidade e maleabilidade.
- ◆ A dimensão e potencial do mercado interno, com demandas crescentes e novas frentes a serem construídas e exploradas.
- ◆ Capacidade de adaptação a ambientes hostis, acumulando uma história de convivência com o risco e a incerteza.
- ◆ Crescente receptividade do empreendedorismo como tema de ensino e pesquisa.
- ◆ Ativos reais (extensão geográfica, recursos naturais, clima, belezas naturais).
- ◆ Ações pró-ativas, particularmente os programas voltados à criação de incubadoras e parques tecnológicos, sustentando a inovação e a criação de novas empresas.

Fonte: Relatório Global GEM (2002: 40).

ANEXO 5: Box BR 17 – Como promover o Empreendedorismo no Brasil

BOX BR 17

COMO PROMOVER EMPREENDEDORISMO NO BRASIL:

Dentre as sugestões e recomendações feitas, destacam-se cinco que receberam maior ênfase pela quase totalidade dos 56 especialistas consultados em 2002:

- ◆ Políticas e Programas de Governo mais integrados e coerentes com a realidade do empreendedor, com especial atenção aos projetos de base tecnológica mais complexa e de ponta, sendo citada a regulamentação dos Fundos Setoriais, sob a alçada do Ministério da Ciência e Tecnologia.
- ◆ Uma estrutura e mecanismos de disponibilidade de capital acessível ao empreendedor dadas as condições distintas envolvendo um novo empreendimento. Neste item se incluem o elevado custo do capital e a dificuldade de acesso por parte do pequeno empreendedor, a viabilização urgente de um mercado de capital de risco (*venture capital*) mediante instrumentos legais e fiscais eficazes.
- ◆ O reforço e a disseminação de uma cultura empreendedora, promovida por instituições diversas como, por exemplo, as escolas de primeiro e segundo graus, as universidades e institutos de tecnologia, o envolvimento dos meios de comunicação na divulgação de histórias de sucesso, a valorização de empreendedores modelos concursos nacionais incentivando a criação de novos negócios, entre outras ações possíveis.
- ◆ Uma ampla reforma tributária, fiscal e legal, que tenha atenção especial à condição e particularidades do processo empreendedor. Inclui-se neste item a simplificação radical dos trâmites burocráticos exigidos para a criação e administração de um novo empreendimento.
- ◆ A promoção de uma mudança de valores e normas sociais, valorizando de forma mais incisiva a atividade empreendedora, o que também seria reforçado por uma mudança de atitude e expectativas do próprio empreendedor, muitas vezes avesso a novos modelos de gestão, a participação de terceiros no empreendimento possibilitando novas formas de capitalização, bem como a adoção de práticas gerenciais mais avançadas e produtivas.

Fonte: Relatório GEM (2002: 40).

APÊNDICE 1

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Caro Empreendedor.

Esta pesquisa tem por objetivo conhecer os empreendedores em um certo ramo de negócio e identificar suas competências.

Peço a sua colaboração e sinceridade neste momento, pois ela pode resultar em mais lucros futuros para o seu negócio!!!

1. *Motivações para empreender*

a) O que o levou a optar por empreender em vez de um emprego?

b) O que o motivou a entrar neste ramo?

2. *Conhecendo o empreendedor:*

Nos questionamentos abaixo, escolha a alternativa que mais corresponda com você ou com sua reação:

(Obs: Caso alguma situação apresentada não se aplique em seu negócio, não marque nenhuma alternativa e pule para a próxima pergunta).

a) Quando você iniciou suas atividades no seu negócio, você o desenvolveu:

Por iniciativa própria Herdou o negócio da família, ou de outras pessoas

Outros _____

b) No seu negócio, você já implementou mudanças que visassem diferencia-lo dos outros que atuam neste ramo, para atender novas oportunidades (novos produtos e/ou serviços)?

Sim Não

- c) Em relação ao estudo e análise do seu negócio:
- Você dedica a maior parte do tempo para o estudo de futuras oportunidades para o seu negócio;
 - Apesar de dedicar muito tempo em atividades rotineiras do seu negócio, você disciplina uma parte do tempo para o estudo de futuras oportunidades para o seu negócio;
 - Você dedica muito tempo em atividades rotineiras do seu negócio, deixando de lado o estudo de futuras oportunidades para o seu negócio;
 - Você dedica todo o seu tempo em atividades rotineiras do seu negócio, não restando tempo para o estudo de futuras oportunidades para o seu negócio.
- d) Ao estabelecer as atividades a serem desenvolvidas em seu negócio, você avalia e mede todos os recursos humanos, materiais, tecnológicos e financeiros necessários para a sua implementação?
- Sim Não
- e) Nas decisões tomadas, você:
- Está de posse de todas as informações necessárias e conhece os riscos inerentes da decisão.
 - Não possui as informações que lhe dêem segurança, mas conhece os riscos inerentes.
 - Não possui as informações necessárias, e não sabe medir os riscos da decisão.
- f) Ao tomar decisões, você já tem claramente estabelecidos os objetivos que deseja atingir (número de clientes, lucros)?
- Sim Não
- g) Ao implementar as ações necessárias para atingir os objetivos, você:
- Realiza verificações periódicas das ações implementadas, corrigindo o rumo traçado das mesmas sempre que necessário, afim de atingir os objetivos.
 - Realiza verificações periódicas das ações implementadas, mas não realiza mudanças de rumo das ações.
 - Segue o plano estabelecido a risca, sem realizar avaliações periódicas para analisar se os objetivos estão sendo atingidos.

- h) As ações implementadas conseguem atingir os objetivos estabelecidos?
 Sim Não
- i) Com o seu negócio em funcionamento, você:
 Domina plenamente todas as atividades do seu negócio, de forma a atender as necessidades dos clientes;
 Conhece todas as atividades do seu negócio, mas não consegue atender as necessidades dos clientes;
 Desconhece todas as atividades do seu negócio, e não considera isto necessário para atender as necessidades dos clientes;
 Desconhece todas as atividades do seu negócio, e conseqüentemente não supri as necessidades dos clientes.
- j) Com o seu negócio em funcionamento, a forma como você trabalha consegue atrair novos clientes?
 Sim Não
- k) Na atividade de compra, você ao negociar:
 Conhece até que valor tem lucro ou prejuízo, e acerta acordos com a outra parte que atenda ambos os lados;
 Conhece até que valor tem lucro ou prejuízo, mas fica preso as condições da outra parte.
 Desconhece até que valor tem lucro ou prejuízo, mas consegue flexibilidade de negociação com a outra parte;
 Desconhece até que valor tem lucro ou prejuízo, e é refém das condições da outra parte.
- l) Nas negociações de compra a forma de negociação geralmente trás resultados lucrativos para o seu negócio?
 Sim Não

- m) Ao lançar um produto ou serviço no mercado, você:
- Consegue identificar as necessidades dos clientes, e promover o produto ou serviço de forma a torna-lo um desejo para os clientes;
 - Consegue identificar as necessidades dos clientes, mas não consegue promover o produto ou serviço de forma a torna-lo um desejo para os clientes;
 - Não identifica as necessidades dos clientes, mas promove o produto ou serviço de forma a torna-lo um desejo para os clientes;
 - Nem tão pouco identifica as necessidades dos clientes, e nem promove o produto ou serviço de forma a torna-lo um desejo para os clientes.
- n) Os seus últimos produtos ou serviços lançados apresentaram os resultados esperados (lucros, número de clientes)?
- Sim Não
- o) Ao vender seus produtos ou serviços, você:
- Consegue se adaptar as diferentes necessidades e exigências dos clientes, de forma a satisfazê-los.
 - Consegue se adaptar as diferentes necessidades e exigências dos clientes, mas não consegue satisfazê-los;
 - Não se adaptar as diferentes necessidades e exigências dos clientes, mas consegue satisfazê-los;
 - Não se adaptar as diferentes necessidades e exigências dos clientes, e nem tão pouco consegue satisfazê-los.
- p) No seu negócio, os clientes que compram os seus produtos ou serviços levam novos clientes por estarem satisfeitos?
- Sim Não
- q) No seu negócio, você:
- Transmite aos seus funcionários ou a outras pessoas que trabalham com você as suas expectativas e visões, e em troca você conquista o respeito e a dedicação dos mesmos;
 - Transmite aos seus funcionários ou a outras pessoas que trabalham com você as suas expectativas e visões, mas não desenvolve neles o comprometimento com o negócio;

- () Não se interessa em transmitir aos seus funcionários ou a outras pessoas que trabalham com você as suas expectativas e visões, mas eles se comprometem com o negócio;
- () Não se interessa em transmitir aos seus funcionários ou a outras pessoas que trabalham com você as suas expectativas e visões, e os mesmos apresentam total desconsideração com o negócio.
- r) Com as pessoas com quem você trabalha, você consegue definir seus papéis e responsabilidades no negócio, e estas apresentam o retorno que você espera de suas obrigações?
- () Sim () Não
- s) Com o desenvolvimento do seu negócio, você:
- () Delega a atividade operacional a pessoas em quem você confia, abrindo tempo para você se dedicar a estudar e implementar novas mudanças no seu negócio;
- () Delega a atividade operacional a pessoas com quem trabalha, mas ainda não se sente seguro dedicando ainda certo tempo para monitorar com a rotina está sendo realizada;
- () Não delega a atividade operacional a pessoas com quem trabalha, pois não confia que as pessoas possam realizar estas atividades como deseja.
- t) Se você estiver em viagem ou atividade fora da empresa, seu negócio continua funcionando com as outras pessoas sem você estar presente?
- () Sim () Não

3. *Auto-avaliação do empreendedor*

- a) A situação atual do seu negócio é de:
- () Lucro () Prejuízo () Se mantendo, nem lucro ou prejuízo () Não sei.
- b) Há quanto tempo está nesta situação: _____ anos (aproximadamente)

- c) Na sua opinião, quanto tempo é necessário para que um negócio neste ramo se recupere dos custos de implantação e apresente lucro?

_____ anos.

- d) Você considera que, nos questionamentos do item 2 em que você demonstra ter as competências necessárias para se sair bem, tem relação com a continuidade do seu negócio no ramo?

Sim Não

- e) Possuir as competências necessárias para se sair bem nos questionamentos do item 2 é o suficiente para a continuidade do seu negócio no ramo, ou existem outros fatores? Se existir outros fatores, descreva-os abaixo.

- f) As competências que você demonstrou ter para se sair bem nos questionamentos do item 2, você as adquiriu através de (a):

Escola Cursos ou treinamentos Trabalhos anteriores

Experiência do dia a dia no negócio Já possuía estas competências

Outros _____.

- g) Após responder aos questionamentos do item 2, você identificou alguma deficiência sua que precisa melhorar? Se sim, descreva-as abaixo.

Sim Não

- h) Na sua opinião, para os empreendedores que tiveram fracasso nesse ramo de negócio, quais são os fatores que favoreceram para o fracasso?

4. *Identificando o Empreendedor*

- a) Faixa etária

15 a 24 anos 25 a 34 anos 35 a 44 anos 45 a 54 anos
 acima de 55 anos

- b) Sexo: Masculino Feminino

- c) Escolaridade: _____

- d) Há quanto tempo está no ramo: _____ anos

Obrigado por sua colaboração.

Acredito que estes momentos de reflexão agregam valor a seus conhecimentos e o motivam a identificar suas potencialidades como empreendedor.