

**FACER FACULDADES – UNIDADE DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

GUSTAVO HENRIQUE CASTRO E SILVA

EMPREENDEDORISMO EM RUBIATABA - GO

**RUBIATABA-GO
2014.**

GUSTAVO HENRIQUE CASTRO E SILVA



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

EMPREENDEDORISMO EM RUBIATABA - GO

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração. Sob a orientação do Professor Me. Francinaldo Soares de Paula.

5-0514779

Tombo n°	20498
Classif:	
Ex:	1
Origem	d
Data	08-06-15


RUBIATABA-GO
2014.

GUSTAVO HENRIQUE CASTRO E SILVA


EMPREENDEDORISMO EM RUBIATABA -GO

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

Aprovada em, ___ de _____ de _____.



Francinaldo Soares de Paula – Orientador
Mestre em Administração



Maura Sousa da Silva de Paula
Mestra em Administração

Gloriete Marques Alves Hilário
Mestra em Sociologia

RUBIATABA-GO
2014

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus. Agradeço minha família e minha namorada que estiveram junto comigo a cada instante, me incentivando e dando forças. Agradeço também a todos meus professores e amigos da faculdade, e principalmente meu orientador Prof. Francinaldo que esteve ao meu lado na construção desse trabalho.

"Se você quer ser bem sucedido, precisa ter
dedicação total, buscar seu último limite e dar o
melhor de si."

(Ayrton Senna)

RESUMO

Este estudo apresenta os conceitos de empreendedorismo e o que significa ser empreendedor. Mostra o surgimento das práticas empreendedoras, e uma ponderação histórica do tema. Analisa a questão da necessidade do ensino do empreendedorismo no Brasil, apresentando ações e instituições criadas para o desenvolvimento do empreendedor. Além disso, para poder ilustrar o cenário mostrado com o embasamento teórico, foram aplicados questionários em algumas empresas de ramos de atividades diferentes, como instrumento de coleta de dados, e através dos dados coletados foi possível analisar e contextualizar situações presente no dia a dia das empresas. O principal foco é mostrar que o empreendedorismo busca nada mais que, a percepção de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado. O empreendedorismo anteriormente era conhecido como alguém que incentivava brigas, depois passou a indicar a pessoa que criava e produzia projetos e empreendimentos. Já hoje em dia o termo empreendedorismo é utilizado para conceituar o empresário que investe seu capital em algo, assumindo riscos.

Palavras-chave: empreendedorismo; Rubiataba; empreendedor.

ABSTRACT

This study presents the concepts of entrepreneurship, and what it means to be an entrepreneur. Shows the emergence of entrepreneurial practices, and a historical consideration of the theme. Examines the question of the need for the teaching of entrepreneurship in Brazil, showing actions and institutions created for entrepreneurial development. In addition, in order to illustrate the scenario shown with the theoretical basis, questionnaires were applied with some companies of different activities such as data collection instrument, and through the data collected was possible to analyze and contextualize situations present in day to day business. The main focus, show that entrepreneurship seeks nothing more than, the perception of business opportunities, where there is an incessant search for innovations, taking calculated risks with the intention to obtain income, recognition and growth in the market. Entrepreneurship was previously known as someone who encouraged fights, then went on to indicate the person who created and produced projects and ventures. Already today the term entrepreneurship is used to conceptualize the entrepreneur who invests its capital in something, assuming risks.

Keywords: entrepreneurship; Rubiataba; entrepreneur.

LISTA DE QUADROS

Quadro1 – Empreendedorismo no decorrer da história.....	20
Quadro 2 – Característica dos empreendedores.....	23
Quadro 3 – Classificação dos entrevistados de acordo com o setor de atividade.....	33

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 – EMPREENDEDORISMO	14
1.1. CONCEITOS E DEFINIÇÕES	14
1.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	24
1.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR	28
2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33
2.1 TIPO DE PESQUISA.....	33
2.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE.....	34
3 – RESULTADOS E DISCUSSÕES	37
3.1 EMPREENDEDORISMO EM RUBIATABA - GO.....	37
3.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS.....	37
CONSIDERAÇÕES	50
REFERÊNCIAS	51
APÊNCIDE A	53

INTRODUÇÃO

O tema abordado no presente trabalho busca mostrar o que é empreendedorismo, qual o papel e perfil dos empreendedores, sua importância, além de mostrar, através de uma pesquisa, o porquê de muitas pessoas terminarem uma faculdade e não buscarem abrir um negócio próprio, ou quando abrem por quase fatores se permanecem no mercado.

O empreendedorismo busca nada mais que, a percepção de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

Empreendedorismo é transformar, descobrir novas vidas em cima de produtos que já existem. É sonhar para frente, dar função e vida a produtos antigos. Enfim, empreendedorismo é provocar o futuro, reunir experiências e ousadias, ir além do tradicional (MAI, 2006).

O empreendedorismo não é um tema novo, ele existe desde quando surgiram as primeiras ações de necessidade das pessoas ao terem que vender seus produtos, e em consequência, o surgimento das inovações a respeito do tema. No Brasil temos os primeiros registros por volta da década de 90, e de lá pra cá nunca mais parou de crescer.

O empreendedorismo desempenha um papel importante na empresa, sendo relevante no planejamento, tomada de decisões quanto a aquisições de equipamentos e na visão de futuro, levando em consideração o presente e as metas traçadas.

Analisando de um modo geral, percebe-se que muitas pessoas sentem medo ou acanhadas de abrirem um negócio próprio. Medo de dar algo errado, de não terem as suas expectativas atendidas, com isso, podem até se tornarem profissionais frustrados.

Muitas pessoas com espírito empreendedor, e que querem colocar em prática isso, tem dificuldade em escolher o tipo do negócio. Essa escolha não pode estar associada a algo que possa dar lucro. Como regra básica, o primeiro passo a ser dado é uma análise de mercado, com foco na identificação da oportunidade, ou seja, aquele produto ou serviço que eu pretendo oferecer tem demanda maior do que o estão oferecendo.

Há quem diga que deve-se ter uma afinidade com o segmento que deseja abrir o negócio, não pode ser algo que seja lucrativo ou que estejam em alta. É preciso que o empreendimento ao ser aberto tenha possibilidades de crescer, não só em expansão, mas também com ideias novas, além é claro, de realização profissional do proprietário.

Para abertura de uma empresa são necessários importantes estudos preliminares, com relação à viabilização da lucratividade, através de pesquisa do mercado, ramo de atividade, tipo de sociedade, local, licença de funcionamento, dentre outros, porém, nem sempre a abertura de uma empresa é precedida destes estudos. Há muitas maneiras de uma empresa quebrar, isto é, encerrar suas atividades, mas uma só provoca inexoravelmente a falência de uma organização: é a soma dos pequenos erros que se cometem desde a abertura e durante uma ou mais gestões. Nos últimos tempos, uma quantidade inmensurável de empresários luta contra um inimigo comum, a falência. Esse fantasma, na verdade, já nasce com a empresa como se fosse uma sentença, pronta a condená-la ao fracasso. Sobreviver a toda sorte de dificuldades impostas pelo sistema vigente e identificar os males que afligem a empresa é talvez o grande desafio, para o qual bem poucos estão preparados. (SCHLINDWEIN, 2004, p. 18)

Com base nas informações apresentadas, o trabalho apresenta como problemática descobrir: qual seria a razão do número de empreendedores instalarem empresas no mercado, diante das dificuldades da situação econômica atual, e de vários outros fatores, fecharem ou falirem logo nos primeiros anos de existência? Analisar como tem sido feito a criação dessas novas MPE – Micro e Pequenas Empresas na cidade, e pesquisar empreendedores que tiveram a coragem de abrir um negócio. Identificar através do questionário, os motivos que levaram esses empreendedores ao abrirem seu negócio, e principalmente se teve alguma instrução para tal. Analisar através dos dados coletados as dificuldades encontradas.

A pesquisa utiliza-se de diversos autores para descrever os termos em destaque, apoiado em fontes literárias.

Os autores concluem que após a verificação de literatura específica, foi possível levantar questões sobre o uso da expressão empreendedorismo e que são muitas essas definições. Hoje em dia o termo está sendo utilizado para caracterizar comportamentos e não função social como antigamente. É citada a fonte Mills onde ele denuncia a utilização do termo para qualificar o executivo.

Os termos estudados têm bastante significado e vem se modificando desde então. O empreendedor é alguém que dedica o seu tempo e seu capital em alguma

coisa ou ideia, ou seja, em produtos ou serviços para o seu próprio sustento ou desejos. E o intra-empendedor¹ é aquele funcionário que se dedica a uma organização, sem investir capital, mas apenas a sua capacidade e motivação para alcançar os objetivos da empresa e como recompensa é recebido um salário e/ou bonificação. E pessoas com este perfil de intra-empendedor estão bem em alta atualmente, as organizações estão em busca de pessoas com essa qualidade de empreender e inovar.

¹Intraempendedorismo é a versão em português da expressão "intrapreneur", que significa empreendedor interno, ou seja, empreendedorismo dentro dos limites de uma organização já estabelecida. O termo "intrapreneur" foi utilizado pela primeira vez em 1985 por Gifford Pinchot III.

1 – EMPREENDEDORISMO

1.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

A definição da palavra empreendedorismo tem origem do verbo francês “entrepreneur”, tem o significado de ousado, aquele que não tem medos de se arriscar na criação de algo novo. (CHIAVENATO, 2004, p. 3).

A palavra empreendedorismo é utilizada para identificar pessoas que têm uma visão e transformam o ambiente em que atuam. De acordo com Dolabela (1999a):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. (DOLABELA, 1999a, p. 68).

Segundo Dolabela (1999b), empreendedorismo é uma palavra que foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter, em 1959, para designar o empreendedor como uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Depois, em 1967 com Kenneth E. Knight e em 1970 com Peter Drucker surgiu o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Gifford Pinchot foi introduzido o conceito de intra-empreendedor, caracterizando uma pessoa empreendedora, mas dentro de uma organização.

Empreendedorismo também significa o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico, empresarial). Tem origem no termo empreender que significa realizar, fazer ou executar. (DORNELAS, 2007, p.13).

Segundo Dolabela, (1999a, p. 43) a definição da palavra empreendedorismo, vem através da palavra inglesa “entrepreneurship”, e tem significado de designar todos os estudos que estão relativos ao empreendedor (seu perfil, seu universo de atuação, suas origens e seu sistema de atividades).

O empreendedorismo é o movimento de mudança causado pelo empreendedor, cuja origem da palavra vem do verbo francês "entrepreneur" que significa aquele que assume riscos e começa algo de novo. (DORNELAS, 2005).

Em toda a literatura existente pode-se encontrar diversos estudos relacionados ao empreendedorismo. Destes, pode-se destacar a contribuição teórica de Schumpeter que desde a década de 30 analisou que os processos inovadores eram advindos das ações de "empresários empreendedores". Segundo Schumpeter (1959), o progresso tecnológico ocorria devido à presença dos empresários inovadores.

Para este autor, a partir do lançamento de uma inovação, começava um novo ciclo de desenvolvimento. O empresário empreendedor entrava no mercado com seu produto, sua inovação. Num segundo momento outros empresários entrariam no mercado com o mesmo produto em busca do lucro fácil. Estes eram denominados empresários imitadores. Com o aumento da concorrência em função de várias empresas disputando o mercado do mesmo produto o ciclo entrava em declínio, o lucro necessariamente seria reduzido. Segundo Schumpeter (1959), neste momento permaneceriam no mercado somente as empresas mais eficientes, os empresários mais empreendedores e inovadores.

Para Cielo (2001) o empreendedorismo é feito de muitos materiais diferentes e com dosagem também diferente em cada empreendedor, no entanto, acredita-se que existem características, maneiras de agir e pensar que favorecem o surgimento de indivíduos dotados de um maior "espírito empreendedor". Muitas vezes, esses indivíduos têm sucesso, em áreas para as quais não se formaram na escola, ou com as quais não estiveram propriamente associados durante a maior parte de suas vidas. Esse diferencial é o denominado potencial empreendedor.

Segundo Mai (2006) mesmo que o empreendedorismo tenha merecido maior destaque somente nos últimos vinte anos, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história da humanidade, fazendo com que a cultura empreendedora, cada vez mais, se fortalecesse e se enraizasse na civilização. No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e, até mesmo, sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócios através de um processo visionário.

Depende, também, de que estes indivíduos saibam combinar recursos e habilidades de forma inovadora, para a concretização da ideia e conduzir, de forma

eficaz, o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre empresa, seus membros e os mercados.

O empreendedorismo atualmente é utilizado devido uma grande necessidade da sociedade empresaria, onde os negócios estão se tornando cada vez mais competitivos. Os empresários veem no empreendedorismo uma forma de vantagem competitiva, onde consegue ver além, coisas que os concorrentes não conseguem. (DORNELAS, 2005).

O empreendedorismo é nada mais do que uma forma de ousadia, ir além do tradicional. Transformar ideias em negócios rentáveis através do auxílio de pessoas, processos, etc. Está diretamente ligada a criação ou readaptação de um produto ou serviço, transformando-o único. (DORNELAS, 2007).

Empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou do quase nada. Fundamentalmente, o empreender é um ato criativo. É a concentração de energia no iniciar e continuar um empreendimento. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Mas é também a sensibilidade individual para perceber uma oportunidade quando outros enxergam caos, contradição e confusão. É o possuir de competências para descobrir e controlar recursos aplicando-os da forma produtiva. (DRUCKER, 2002).

Por trás, do empreendedorismo existe a pessoa que comanda o empreendedor. Ele é a pessoa responsável por criar e gerir o negócio. As funções de um empreendedor são bem mais sucintas do que apenas criar e gerir. No começo do negócio, ele tem a responsabilidade de analisar o mercado, contratar pessoas que ajudem a somar em seus negócios.

De uma maneira geral, pode-se dizer que existe relativa divergência de opiniões a respeito do termo empreendedor. Os pesquisadores costumam definir os empreendedores partindo de suas conclusões individuais que foram concretizadas através de suas disciplinas. Devido a esses fatos, alguns estudiosos associam os empreendedores à capacidade de inovação (os economistas), enquanto outros associam com relação aos aspectos mais criativos e intuitivos (os comportamentalistas). O campo do empreendedorismo apresenta nos dias atuais, ampla pesquisa e possui muitas publicações especializadas sobre o assunto, e tendo em vista o grande interesse pelo tema, muitas áreas de especialização têm surgido e com muitas variações presentes em seus estudos. De qualquer forma, devem ser salientadas as

diferenças existentes na literatura, para que ocorra o real entendimento do conceito de empreendedor. (DRUCKER, 2002).

Observa-se que os economistas vinculam o empreendedor à característica da inovação; por outro lado, os comportamentalistas detêm-se mais na intuição e na criatividade. De acordo com a transcrição anterior, pode-se dizer que os empreendedores inovam, pois criam novos produtos e serviços, bem como novos usos para produtos e serviços já existentes. É através do processo de buscar continuamente que determinado produto ou serviço se torne superior que se opera a denominada destruição criativa, a qual propicia com que alguns produtos ou serviços que no passado tinham grande utilidade e gozavam de bom conceito, hoje já não o tenham mais. Um exemplo disto, dentre muitos, é a máquina de escrever, que para muitos seria insubstituível em um passado recente, mas que pode, na contemporaneidade, ser considerada uma peça de museu quando comparada ao computador e as suas possibilidades. É importante frisar que o empreendedorismo não surgiu apenas das ciências econômicas.

Na época pioneira dos estudos sobre o empreendedorismo qualquer pessoa que estudasse as organizações, a criação de novos empreendimentos, bem como o desenvolvimento econômico, estava fadada a ser classificado como um economista, pois até a segunda metade do século XX, as ciências gerenciais não existiam. Analisando o desenvolvimento das pesquisas sobre o empreendedorismo pode-se confirmar a existência de dificuldades iniciais para aqueles que se detivessem nesse campo de estudo, visto que não havia limites claramente definidos. (DOLABELA, 1999b).

Essa essência do espírito de empreendedor torna-se bastante importante no contexto vigente, em razão das constantes mudanças que ora são presenciadas. Se essa essência reside no fato de perceber novas oportunidades, nada melhor que o tempo atual, visto que as transformações rápidas que ocorrem na sociedade acabam propiciando novas oportunidades de negócios, passando assim, a fomentar o aparecimento e aperfeiçoamento, respectivamente, de novos empreendedores e de novas oportunidades de negócios. O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX.

Alguns economistas associam o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico e mostrou como as ações inovadoras podem introduzir descontinuidades

cíclicas na economia. Os papéis centrais do empreendedor passaram a fixar-se em três bases: a inovação, o assumir riscos e a permanente exposição da economia ao estado de desequilíbrio, rompendo-se a cada momento paradigmas que se encontravam estabelecido. Os enfoques de maior destaque, nos estudos sobre empreendedorismo, por estarem sendo utilizados com maior intensidade no campo científico, são o econômico, representado por pensadores como Schumpeter e o comportamental, por pensadores como McClelland. (DORNELAS, 2005).

De maneira geral, os economistas tendem a alinhar empreendedores com inovação, enquanto os comportamentais concentraram-se nas características criativas e intuitivas dos empreendedores. Identificamos uma notável confusão a respeito da definição do termo empreendedorismo, apresentaremos a seguir as duas correntes do pensamento encontradas na literatura que abordam o conceito de empreendedor de forma dicotômica: os economistas que a associam à inovação enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativos e intuitivos.

Segundo Fortin (1992 *apud* DOLABELA, 1999a, p. 68), o empreendedor “é uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócios em uma empresa viável.”

Já Schumpeter, (1947 *apud* CHIAVENATO, 2004, p. 5), traz outro conceito que diz que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis. (DOLABELA, 1999a, p.43).

O empreendedor tem que ter alto poder de persuasão. Durante sua trajetória a frente da empresa e durante a elaboração de sua visão, quanto empresa, ele irá precisar persuadir sócios, colaboradores, fornecedores, de que no futuro eles terão algo mais próspero e rentável.

Economistas associam os empreendedores à inovação e ao seu papel fundamental no desenvolvimento econômico. Os comportamentalistas atribuem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, interatividade (capacidade de influenciar e controlar comportamentos de outras

peças). Engenheiros de produção veem nos empreendedores bons distribuidores e coordenadores de recursos. Financeiros definem o empreendedor como alguém capaz de calcular riscos. Para os especialistas em gerenciamento, os empreendedores são organizadores competentes e desembaraçados. Para o pessoal de marketing, são pessoas que identificam oportunidades e se preocupam com o consumidor. (DOLABELA, 1999b, p.19).

Diante de todos esses conceitos de empreendedorismo e de empreendedor, é notório que o empreendedor é uma pessoa ousada, que não tem medos de correr riscos, aquele que cria algo novo, ou apenas, readapta, atendendo as necessidades da sociedade, além do mais é uma pessoa que tem uma visão de futuro ampla, consegue enxergar coisas que os demais não conseguem se sobressair.

Chiavenato, (2004, p. 6-7), apresenta três características básicas de identificação de um espírito empreendedor:

1. Necessidade de realização: os empreendedores apresentam elevada necessidade de realização em relação às pessoas da população geral;
2. Disposição para assumir riscos: o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio: riscos financeiros decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas; riscos familiares ao envolver a família no negócio; riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados;
3. Autoconfiança: pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. (CHIAVENATO, 2004, p. 6-7).

Puxando um pouco para o passado, os primeiros exemplos do empreendedorismo foram na época primitiva, pois o homem já desenvolvia algumas atitudes empreendedoras, pois ele precisava inovar, criar, construir, para ajudar na sua sobrevivência.

Quadro 1 - Empreendedorismo no decorrer da história

Época	Conceito
Período Inicial	A primeira utilização da palavra empreender se dá através de Marco Polo, através de rotas comerciais que ele tentou estabelecer no Oriente. Marco Polo era um intermediário, mas assumia o papel de empreendedor. (SEBRAE, 2007)
Idade Média	Nessa época os empreendedores tinham suas devidas funções, mas precisavam ter medo de correr riscos, pois eram amparados pelo governo. "Na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção". (SEBRAE, 2007)
Século XVI	Surge aqui o mercantilismo, que era a definição para a inteligência e eficácia do ser humano, no acúmulo de mercadorias e alimentos, onde através de grandes navegações, expandiam suas funções empreendedoras aos demais países.
Século XVII	Nesse período o empreendedor era aquele que firmava um acordo com o governo para prestação de serviços e ele era o responsável pelos riscos e prejuízos que pudessem ocorrer. Foi nesse período também que surgiu uma das primeiras teorias do empreendedor, criada por Richard Cantillon, onde ele viu o empreendedor como uma pessoa que corria riscos, pessoas que operavam com o risco. (SEBRAE, 2007)
Século XVIII	Com o surgimento da industrialização, o empreendedor é finalmente diferenciado do fornecedor de capital, atual investidor de risco.
Séculos XIX e XX	No fim do século XIX e início do XX, o empreendedor ainda era comparado com um gerente. Só que o empreendedor já exercia suas funções, de controlar, dirigir, organizar e planejar. Já na metade do século XX, o empreendedor já é visto como um inovador, ou seja, ele já não só cria ou conceitua, mas inova, buscando a satisfação do cliente.

Fonte: adaptado pelo autor, 2014.

Fazendo uma análise breve sobre o quadro acima, podemos definir que desde os primórdios, o empreendedor é aquela pessoa que assume responsabilidades à frente de determinada ação, assumindo os possíveis riscos, inovando sempre, planejando, controlando, avaliando e dirigindo.

Segundo Dolabela (1999a, p. 67), Jean-Baptiste Sá é considerado o pai do empreendedorismo, juntamente com o economista Schumpeter. Ele ainda define que há três tipos de empreendedores:

Um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela; uma pessoa que compra uma empresa e introduz inovações assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores; um empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais. (DOLABELA, 1999b, p. 69).

Acerca das características do empreendedor, "podem ser adquiridas e desenvolvidas. O candidato a empreendedor deve identificar as características que seu

futuro trabalho irá exigir e avaliar seu potencial em relação a elas.” (DOLABELA, 1999b, p. 70).

Schumpeter (1959 *apud* DORNELAS, 2005, p. 45) refere-se à essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. Para esse autor, empreendedor e inovação inter-relacionam-se totalmente. A partir dessa concepção, os economistas passaram a ver os empreendedores como indivíduos detentores de oportunidades de negócios, criadores de empresas e dispostos a assumir risco.

Mulholland (1959 *apud* DORNELAS, 2005, p. 45) ao considerar a ligação estabelecida por Schumpeter, entre empreendedorismo e inovação, confirma que essa relação tem permanecido como uma das características dominantes desse conceito, especialmente entre os economistas. Existe uma convicção popular de que o empreendedorismo só tenha surgido das ciências econômicas. Mas, através de uma pesquisa pormenorizada dos primeiros autores, como Cantillon e Say, que se dedicaram a abordar o tema, pode-se verificar que além da economia, os mesmos estavam interessados também no desenvolvimento de novos negócios, bem como as práticas gerenciais adotadas, mais especificamente, nas empresas. Cantillon era um homem voltado para busca de oportunidades de negócios e, ao mesmo tempo, com a gestão dos mesmos.

Voltado para avaliação do capital investido, ou seja, uma preocupação comum aos empresários de maneira geral, os quais desejam obter um retorno adequado sobre investimentos realizados. Através de sua obra, é possível verificar que foi uma pessoa que buscava as oportunidades e que efetuava mudanças constantes. Mostrou-se ser um homem capaz de identificar novas fontes de lucratividade e também como tornar mais lucrativos alguns de seus investimentos já efetuados. Jean-Baptiste Say relacionava o crescimento econômico com relação à criação de novos empreendimentos. O fato de ele ser considerado um economista deve-se ao fato que naquela época as ciências gerenciais não existiam. Devido a esses fatores qualquer pessoa que pesquisasse ou fizesse algum tipo de consideração em relação às organizações ou até mesmo a distribuição de riquezas era tido como um economista. (DORNELAS, 2007).

Devido a esses limites existentes na época, as pessoas que estavam mais voltadas para esse assunto, procuravam manter-se dentro dos limites, visando as-

sim o reconhecimento. Alguns aspectos são convenientes ter em mente, dentre os quais, para eles os empreendedores eram pessoas que corriam riscos e buscavam as oportunidades existentes. A diferenciação que era feita por Say no que diz respeito aos capitalistas e os empreendedores, é que para ele, os empreendedores eram pessoas que buscavam a inovação com a legítima perspectiva de obterem um melhor ganho, ou seja, ter maior ganho sobre o capital investido. Com base nisso, os empreendedores eram agentes de mudanças porque eram pessoas voltadas para a inovação, visando uma nova forma de executar determinado serviço ou produto. (DORNELAS, 2005).

Isso demonstra que as mudanças são parte integrante da vida dos empreendedores de maneira geral e que eles apreciam essas modificações porque essas servem como incentivo na sua busca por novos e interessantes desafios. Apesar de Say ser considerado por alguns autores como o pai do empreendedorismo, foi Schumpeter que associou o empreendedorismo a inovação. Os empreendedores eram vistos como pessoas que gostavam de introduzir alguma novidade e se empenhavam nessa direção. Schumpeter associou os empreendedores à inovação, porém é conveniente frisar que ele não foi o único, pois muitos economistas que tinham interesse no assunto, também o fizeram. De uma maneira geral, alguns economistas como Hoselitz e Casson viam os empreendedores como pessoas que buscavam oportunidades de maneira sistemática, assumiam riscos nessa busca por inovações e diante desse ambiente, muitas vezes incerto, eles demonstravam grande tolerância. (DORNELAS, 2005).

Os economistas por não aceitarem os modelos, não quantificava, acabavam por limitar seus estudos e, conseqüentemente, uma melhor compreensão do empreendedorismo. Devido a isso, o empreendedorismo acabou se voltando mais para os aspectos comportamentais, e dessa forma conseguiu obter um conhecimento mais aprofundado a respeito dos empreendedores.

A ideia de empreendedorismo é a inovação, criar coisas novas, entretanto não se restringe apenas a isso. Uma pessoa que monta seu próprio negócio e tem a expectativa de sucesso, por mais que não inove, não deixa de ser um empreendedor.

Muitas pessoas hoje têm vontade de montar o seu próprio negócio, seja pela necessidade ou por uma nova oportunidade que acredite que dê certo. No entanto, a concorrência é grande, o mercado é difícil e para progredir no negócio, o indivíduo

de alguma forma tem que se destacar, tem que ser um bom empreendedor. O que caracteriza um bom empreendedor de sucesso é aquele que não se cansa de observar, procurando novas oportunidades.

O empresarial tem como diferença seu objetivo na intenção de obter lucros para empresa e seus acionistas, sócios e colaboradores com o objetivo de atingir o maior e melhor resultado no mercado, de forma positiva e econômica.

Segundo Timmons (1994) e Hornaday (1982) *apud* (DOLABELA, 1999a, p. 71 e 72) apresentam um resumo dos traços do empreendedor, elencados no quadro abaixo:

Quadro 2 - Características do empreendedor

Quadro 2: Características do empreendedor
Tem um "modelo", uma pessoa que o influencia;
Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;
Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;
Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros;
É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados;
Sabe fixar metas e alcança-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se;
Tem a capacidade de descobrir nichos;
Tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz;
Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz;
Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento;
Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
É um sonhador realista: é racional, mas usa também a parte direita do cérebro;
Cria um sistema próprio de relações com empregados. É comparado a um "líder de banda", que dá liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo;
É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
Tece "redes de relações" (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações internas (como sócios, colaboradores) mais importante que a externa;
Conhece muito bem o ramo em que atua;
Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
Traduz seus pensamentos em ações;
Define o que aprender (a partir do não-definido) para realizar suas visões. É proativo: define o que quer e onde quer chegar; depois, busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo;
Cria um método próprio de aprendizagem: aprende a partir do que faz; emoção e afeto são determinantes para explicar seu interesse. Aprende indefinidamente.
Tem alto grau de "internalidade", que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguirá provocar mudanças nos sistemas em que atua;
Assume riscos moderados: gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo. (Inovação é relacionada ao produto. É diferente da invenção, que pode não dar consequência a um produto.);
Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza;
Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Fonte: Dolabela (1999b, p. 71-72).

Timmons e Hornaday são bem sucintos ao elencar esse quadro de características dos empreendedores de um modo geral. São características básicas, mas bem direcionadas realmente ao papel do empreendedor, tanto na criação ou gerenciamento de uma organização.

As ações tomadas por um empreendedor levando em consideração tais características são bem elaboradas e estudadas, afinal toda a responsabilidade pelo resultado está em suas mãos.

1.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo se torna forte no Brasil, na década de 90, com a criação de grandes entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX. Hoje o empreendedor é entendido como sendo o “motor da economia”, um verdadeiro agente de mudanças.

O empreendedorismo no Brasil tomou impulso a partir da década de 90, e desde então cada vez mais vem se destacando e transformando o cenário econômico brasileiro, isso se deve às ações de empresas como o Sebrae e subsídios governamentais que foram implementados com vistas a desenvolver a iniciativa empreendedora. (DOLABELA, 1999b).

Segundo Dornelas (2003, p.26), “o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990”, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso não se falava em empreendedorismo e em criação de empresas.

O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. O Softex é uma entidade que foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia. (DORNELAS, 2007).

Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) revela que, no Brasil, a pequena empresa representa 98,5 % das empresas

existentes no país, 60% da oferta de emprego e 21% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. No entanto, segundo pesquisa realizada por essa instituição em 2004 nas cinco regiões brasileiras, em pequenas empresas constituídas e registradas no período de 2000 a 2002, o índice de mortalidade é de 49,4% para empresas com até dois anos de existência, 56,4% para as de três anos e de 59,9% para aquelas com até quatro anos de existência. (DOLABELA, 2009).

Estudo promovido pelo Grupo do Global Entrepreneurship Monitor, liderado pelo Babson College, nos Estados Unidos, e a London Business School na Inglaterra, onde trata do mapeamento da atividade empreendedora dos países, buscando entender o relacionamento entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico, e quanto às atividades empreendedoras de um país estão relacionadas à geração de riquezas desse mesmo país, constatou que no caso do Brasil o estudo tem trazido resultados interessantes no tocante às iniciativas empreendedoras, no entanto, por outro lado um dos fatores preocupantes no caso brasileiro é o fato de a maioria dos negócios gerados no país ser baseada no empreendedorismo de necessidade, ou seja, não são baseados na identificação de oportunidades de negócio e na busca da inovação com vistas à criação de negócios diferenciados, mas no suprimento das necessidades básicas de renda daquele que empreende, para que tenha condições de subsistência, mantendo a si e sua família. (DORNELAS, 2003).

Com relação ao ensino do empreendedorismo no Brasil Dolabela (1999a, p. 54) afirma que no Brasil pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando, mas os resultados alcançados no ensino indicam que estamos no início de uma revolução silenciosa.

O primeiro curso de que se tem notícia na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e se chamava "Novos Negócios".

Os empreendedores hoje no Brasil estão cada vez mais lutando para a construção de um Novo Brasil, onde tentam combater a inflação e a diminuição do Estado-empresário. Nos últimos anos a inflação tem sido um mal que tem assombrado as empresas. Com essa tentativa de mudança para o novo Brasil, os negócios passam a ser conduzidos observando os lucros e as perdas, o que era antes analisado pelos ativos e passivos da empresa.

“Essa característica brasileira é mais acentuada até em países como Estados Unidos, França, Canadá e Itália. Mesmo assim temos também os mais altos índices de mortalidade de empresas.” (SCHLINDWEIN, 2004, p. 34).

A definição de empreendedor evolui com o decorrer do tempo, à medida que a estrutura econômica mundial mudava e tornava-se mais complexa. Desde seu início, na Idade Média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a noção de empreendedor foi refinada e ampliada, passando a incluir conceitos relacionados com a pessoa, em vez de com sua ocupação. Os riscos, a inovação e a criação de riquezas são exemplos dos critérios que foram desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios. Neste texto, o empreendedorismo é definido como o processo de criar algo novo com valor, dedicando-se o tempo e os esforços necessários, assumindo os correspondentes riscos financeiros, psicológicos e sociais, e recebendo as recompensas consequentes da satisfação e da independência pessoal e econômica. (DIAS, 2007, p. 23).

Hoje não só no Brasil como em vários países o empreendedorismo tem se apresentado até como curso de graduação em Ensino Superior. Essa característica de inovação tem chamado a atenção de grandes universidades e até mesmo de cursos de áreas não-afins da Administração, como por exemplo Direito, cursos da área de saúde. Vejo que a grande explicação para tal é os benefícios que o estudo do empreendedorismo traz pra vida da pessoa, o despertar da inovação dentro de si.

Felizmente, instituições como o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI, e o SEBRAE, juntamente com algumas escolas de ensino médio já começam a colocar nos conteúdos do ensino técnico a capacidade e orientações para desenvolver o espírito empreendedor. (SCHLINDWEIN, 2004, p. 35).

Analisando as agências destinadas às consultorias, exemplo SEBRAE, trata de entidade privada, mantida com recursos disponibilizados pelo Governo Federal.

Sua ajuda começa na orientação à própria criação da micro e pequena empresa, continuando depois a apoiar seu desenvolvimento por intermédio de consultoria empresarial, administrativa, comércio exterior, informática e consultoria jurídica, bem como orientação destinada ao financiamento e à expansão do negócio. (DIAS, 2007, p. 26).

Com esse auxílio dessas entidades, tanto na fase escolar como no auxílio ao empreendedor, faz com as pessoas tenham uma mente mais aberta e ampla acerca do empreender, e cada vez mais aptas a gerir uma organização, ou seja, irá aumen-

tar o número de riquezas e conseqüentemente, contribuir para o aquecimento da economia.

Pode se destacar também o grande avanço que teve na área de programas apoiados pelo Governo, após a criação dessas entidades. Podemos destacar, o Brasil Empreendedor do Governo Federal (que ofereceu capacitação para mais de 6 milhões de empreendedores, totalizando um investimento de 8 milhões de reais, vigorando de 1999 à 2002), e o EMPRETEC e o JOVEM EMPREENDEDOR, todos do SEBRAE.

A criação de empresas ponto com, principalmente nos anos de 1999 e 2000 e o crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil, também são grandes indicadores de que o Brasil desenvolve um potencial cada vez maior para o ensino e desenvolvimento do empreendedorismo. (DORNELAS, 2005, p. 27 *apud* ROMANO, 2009, p. 20).

A inovação tecnológica pode ser definida como sendo:

Um aperfeiçoamento tecnológico, resultado de atividades de pesquisa e desenvolvimento internas ou externas à empresa, aplicado ao processo de produção do edifício objetivando a melhoria de desempenho, qualidade ou custo do edifício ou de uma parte do mesmo. (DORNELAS, 2003, p. 70).

As características da inovação em si também podem ser determinantes em uma série de situações chegando a influenciar a adoção da mesma. Há que se considerar, também, a necessidade de tal no mercado. Destacam-se aspectos como: vantagem relativa perante o procedimento tradicional, condições de observar a inovação em uso (seja produto, processo ou serviço), complexidade, compatibilidade e experimentação.

Observam-se mudanças já bastante expressivas e uma evolução mais rápida das tecnologias, dos processos construtivos e da gestão de organização da indústria da construção civil ao longo do tempo.

As rápidas mudanças no quadro mundial da economia e de todo um ambiente industrial provocado pela inovação tecnológica, faz com que as empresas de diversos setores e principalmente da construção civil, se adequem a tais mudanças.

A partir do final da década de 80, as mudanças socioeconômicas foram significativas e fizeram a indústria da construção civil questionar seu atraso tecnológico e seu modo de agir e pensar no processo de produção, pois o país ainda possuía

(agora em menor quantidade) edificações muito rudimentares, muito inapropriadas para o próprio uso.

O Brasil vive agora um momento de transição de mercado pelo grande desenvolvimento na área construtiva, mas ainda com problemas como: falta de um sistema contínuo e seguro de financiamento para o subsetor; possibilidade de acréscimo da concorrência de vida à entrada de empresas estrangeiras no subsetor; descrédito com as empresas frente aos acontecimentos atuais, tais como: falência de empresas e, respectivo descumprimento de contratos; baixa de qualidade das construções; demolições de vários prédios; constantes desmoronamentos, entre outros. (DORNELAS, 2003).

Por este motivo, a indústria da construção civil teve que se atentar a três questões: a melhoria na qualidade dos produtos finais, a modernização tecnológica (racionalização dos processos) e o desenvolvimento de inovações tecnológicas (desenvolvimento de novos produtos).

Vários fatores influenciam no desenvolvimento e aplicação das inovações tecnológicas: o ambiente (as exigências dos consumidores, a cultura local, a competitividade, etc.), a tecnologia (caracterizada pela dependência de outros setores), a organização (na qual se encontram empresas de diferentes portes e níveis de organização) e o indivíduo (responsável pelo desenvolvimento e aplicação destas inovações).

Um setor que se percebe uma grande evolução é o setor de produção de máquinas, equipamentos, ferramentas e instrumentos. É bem menos frequente encontrarmos construções que utilizam ainda de um sistema arcaico para o desenvolvimento do projeto, isso incide mais em pequenas obras ou em cidades pequenas em que a tecnologia ainda não chegou com tanta força na área da construção civil. Um problema que ajuda a tornar mais difícil a substituição do que é antigo, é a deficiência no conhecimento por parte dos usuários no uso de algumas tecnologias, o que leva alguns a nunca se modernizarem.

1.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para formar o perfil do empreendedor, as características (necessidades, conhecimentos, habilidades e valores) deverão estar combinadas. Antes de iniciar-se no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize um auto avaliação,

refletindo honestamente e objetivamente sobre aspectos fundamentais de sua personalidade.

Algumas características são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. De acordo com Dornelas (2007), destacam-se 10 qualidades na personalidade de homens e mulheres de negócio que obtiveram sucesso frente a seus empreendimentos:

1- Assumir riscos - os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los. Arriscar significa ter coragem para enfrentar desafios, ousar a execução de um empreendimento novo e escolher os melhores caminhos, conscientemente.

- a) Você gosta de desafios?
- b) Gosta de experimentar os limites de sua capacidade?
- c) É capaz de deixar uma situação segura, para arriscar novas oportunidades? Sabe enfrentar riscos?

2- Aproveitar oportunidades - o empreendedor tem que estar sempre atento e ser capaz de perceber, no momento certo, as oportunidades de negócio que o mercado oferece. (DORNELAS, 2007).

- a) Você sabe transformar situações de risco em oportunidades?
- b) Sabe identificar tendência e oportunidades de futuro?

3- Conhecer o ramo - quanto mais você dominar o ramo em que pretende atuar, maiores serão suas chances de êxito. Se você já tem experiência no setor, ótimo. Se não tem, busque aprender através de cursos, livros, centros de tecnologia, ou até com outros empresários. (DORNELAS, 2007).

De acordo com a proposta do empreendedorismo, o segredo é a descoberta por qualquer pessoa e de qualquer idade. Não é incomum sonhar em seguir as próprias ordens e cuidar do próprio nariz. Fundar um negócio e ser patrão de si mesmo, contudo, pode ser mais complicado do que se imagina. Não basta apenas ter uma boa ideia, é preciso entender o mercado e manter-se atualizado, para que o negócio encontre possibilidades de crescimento. (DORNELAS, 2005).

Para Dornelas (2003 p. 23) empreendedorismo é um conjunto de comportamentos e hábitos. "Antigamente, imaginávamos que o empreendedor nascia empreendedor, mas hoje sabe-se que as características de um empresário de sucesso podem ser adquiridas com capacitação adequada."

- a) Você tem experiência profissional naquilo que almeja?

- b) Já administrou uma empresa?
- c) Já administrou alguma unidade empresarial? Foi bem sucedido?
- d) Está sempre atualizado com as novidades empresariais?
- e) Acompanha as mudanças e tendências econômicas e políticas nacionais e internacionais?

4- Sabe organizar - o empreendedor deve ter senso de organização e capacidade de utilizar recursos humanos, materiais e financeiros de forma lógica e racional. A organização facilita o trabalho e economiza tempo e dinheiro. (DORNELAS, 2007).

- a) Você sabe planejar recursos de forma organizada, lógica e racional?
- b) Sabe definir metas, garantir sua execução e corrigir problemas com agilidade?
- c) Sabe racionalizar o tempo de trabalho?

5- Tomar decisões - o empreendedor deve ser capaz de tomar decisões corretas no momento exato, estar bem informado, analisar friamente a situação e avaliar as alternativas para poder escolher a solução mais adequada. Essa qualidade requer vontade de vencer obstáculos, iniciativa para agir objetivamente, e confiança em si mesmo. (DORNELAS, 2007).

- a) Você tem jogo de cintura para sair bem de situações complicadas?
- b) Sabe reconhecer o que é melhor e mudar tudo, se for preciso, em busca da excelência?
- c) Sabe mediar e ajustar opiniões contraditórias?
- d) Conhece o valor agregado das negociações: ganha/perde, ganha/ganha e perde/ganha?

6- Ser líder - o empreendedor deve saber definir objetivos, orientar a realização de tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, incentivar pessoas no rumo das metas definidas e produzir condições de relacionamento equilibrado entre a equipe de trabalho em torno do empreendimento. (DORNELAS, 2007).

- a) Você sabe delegar responsabilidades?
- b) As pessoas aceitam suas delegações?
- c) Você se destaca em seus grupos sociais?
- d) Sabe valorizar um empregado?
- e) Você já foi líder de algum grupo por escolha democrática? Foi bem sucedido?

f) Sabe influenciar as pessoas em suas decisões, sem deixar resquícios emocionais?

7- Ter talento - o empreendedor precisa ter talento e uma certa dose de inconformismo diante das atividades rotineiras para transformar simples ideias em negócios efetivos. (DORNELAS, 2007).

- a) Você sabe se envolver com o trabalho de uma forma objetiva?
- b) Tem disposição para se dedicar ao trabalho com todo o entusiasmo?
- c) Você se dedica a empresa com motivação?

8- Ser independente - o empreendedor precisa soltar as amarras e, sozinho, determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, decidir o rumo de sua vida, enfim, ser seu próprio patrão. (DORNELAS, 2007).

- a) Você sabe lutar por suas ideias?
- b) Gosta de competir?
- c) Sabe perder e ganhar?

9- Manter o otimismo - o empreendedor nunca deixa de ter a esperança de ver seus projetos realizados, porque se bem informado, conhece o chão que pisa e tem confiança em seu desempenho profissional. (DORNELAS, 2007).

- a) Você tem visão de sucesso?
- b) Sabe superar dificuldades com equilíbrio?
- c) Tem ambição em suas metas?
- d) Tem satisfação em suas conquistas e pretende outras?
- e) Sabe transformar seus sonhos em realidade?

10- Ter tino empresarial - é a percepção de negócios, o empreendedor portanto tem tino empresarial e segue caminhos para o sucesso e para a materialização de seus sonhos. (DORNELAS, 2007).

O empreendedorismo é um tema que atrai a atenção de estudiosos há muito tempo. A sua relevância está associada com os potenciais benefícios que a ação empreendedora acarreta. Por exemplo, o surgimento de novos empreendimentos cria condições para um desenvolvimento econômico e social continuado em regiões carentes. No âmbito de organizações já existentes, por outro lado, o estímulo à ação empreendedora permite o crescimento e a adaptação às condições mutáveis da sociedade. Por fim, o empreendedorismo produz um sentimento de realização profundo naquelas pessoas que empreendem. Dessa forma, o empreendedorismo pode ser visto como um processo que cria valor individual, organizacional e social.

A história do conhecimento sobre o empreendedorismo não é recente. Pode-se até especular que desde os primórdios da humanidade, a ação humana organizada para realizar tarefas coletivas exigiu a manifestação de empreendedores. Todavia, a investigação sistemática desse tema passou a ser desenvolvida em princípios do século 20, por meio de abordagens econômicas sobre a origem de novas empresas. Desde então o empreendedorismo vem sendo o foco de um número crescente de estudos.

Inicialmente considerado, de forma restrita, como um fenômeno associado à criação de empresas, o empreendedorismo, mais recentemente, teve seu significado ampliado para manifestações humanas voltadas para a realização de novos projetos organizacionais independentes ou vinculados a uma organização já existente. Atualmente, proliferam estudos sobre o empreendedorismo que abordam o fenômeno sob as mais variadas abordagens – indivíduos empreendedores, equipes empreendedoras, organizações empreendedoras e sociedades empreendedoras – usando conceitos de disciplinas também diversas, tais como economia, psicologia, sociologia, administração e engenharia.

2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

2.1 TIPO DE PESQUISA

O presente capítulo aborda os aspectos metodológicos da pesquisa, cujo objetivo é pesquisar uma amostra de empreendedores de Rubiataba-GO e seu processo de criação e desenvolvimento de seus negócios.

A pesquisa foi realizada com 6 (seis) empreendedores de Rubiataba divididos em 3 (três) áreas de negócio conforme apresentado no quadro a seguir.

Quadro 3 – Classificação dos entrevistados de acordo com os setores de atividade.

GRUPO	QUANTIDADE DE ENTREVISTADOS	ENTREVISTAS
Varejo	2	1,2
Indústria	2	3,4
Prestação de Serviço	2	5,6

Fonte: elaborado pelo autor, 2014.

As metodologias para realização do estudo e as estratégias para coleta e tratamento dos dados serão descritos detalhadamente ao longo deste trabalho.

Para Richardson (1999) a metodologia são os procedimentos e regras utilizadas por determinado método. Por exemplo, o método científico é o caminho da ciência para chegar a um objetivo. A metodologia são as regras estabelecidas para o método científico, por exemplo: a necessidade de observar, a necessidade de formular hipóteses, a elaboração de instrumentos, etc.

Para Gil (2006, p. 162), nesta parte descrevem-se os procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa. Sua organização varia de acordo com as peculiaridades de cada pesquisa

Com o intuito de atender a abordagem proposta no problema, optou-se por uma pesquisa de natureza exploratória que segundo Gil (2006, p. 41), essas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

As fontes secundárias serão utilizadas através de pesquisa bibliográfica que explica um problema a partir das referências publicadas em artigos, livros, dissertações e teses, buscando assim fontes referentes ao assunto abordado na pesquisa. Para Siqueira (2005), significa o conjunto de textos científicos e livros produzidos relativamente a determinado tema, sendo a pesquisa bibliográfica o exame desse conhecimento já existente, para levantamento e análise do que já foi produzido. As fontes secundárias são as que possuem dados que já foram coletados, tabulados e analisados, e que se encontram disponíveis à consulta. As fontes primárias são as que fornecem dados brutos, ou seja, que nunca foram coletados, tabulados e analisados.

Os dados primários foram coletados mediante aplicação de entrevista com o empreendedor da organização em estudo e também por meio da aplicação de questionário com os funcionários de duas filiais da referida empresa.

Como sujeitos para amostra da pesquisa foram selecionados 6 (seis) empreendedores sendo 2 (dois) de cada seguimento empresarial, que são: varejo, indústria e prestação de serviços. A amostra deste estudo caracteriza-se como não probabilística e definida pelo critério de tipicidade, que de acordo com Gil (2006) a amostra por tipicidade é constituída pela seleção de elementos que o pesquisador considere representativos da população-alvo, o que requer profundo conhecimento desta população.

2.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE

A coleta dos dados primários deste estudo foi obtida mediante aplicação de questionário com os empreendedores com o intuito de compor um conjunto de informações relevantes acerca do problema da pesquisa. Cervo e Bervian (1996) as sinalam que o questionário representa a técnica de coleta de dados mais utilizada em pesquisas. Para os autores, o questionário representa um meio de obter respostas sobre um assunto de forma que o respondente forneça as informações de seu domínio e conhecimento. Um questionário compreende uma série de perguntas ordenadas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do pesquisador. Cervo e Bervian (1996, p. 22) ensinam que “todo questionário deve ser impessoal, para assegurar a uniformidade na avaliação de uma situação”. Quanto ao tipo de questionário aplicado aos funcionários, ele se caracteriza como um questionário de perguntas abertas, que corresponderam no total de 20 questões, que segundo Ri-

Richardson (1999, p.191) é um instrumento em que as perguntas ou afirmações apresentam possibilidade de adequações e reflexões, baseadas nos conhecimentos vividos pelo respondente. Ainda com relação ao tipo de questionário este foi baseado no livro de Dornelas (2007), com adaptação do autor.

Quanto à aplicação do questionário, o mesmo foi aplicado pelo método de contato direto no qual de acordo com Richardson (1999, p.196) o próprio pesquisador, ou pessoas especialmente treinadas por ele, aplicam o questionário diretamente. Dessa maneira há menos possibilidades de os entrevistados não responderem ao questionário ou deixarem algumas perguntas em branco. No contato direto, o pesquisador pode explicar e discutir os objetivos da pesquisa e do questionário, responder dúvidas que os entrevistados tenham em certas perguntas.

O levantamento das informações através do questionário elaborado foi efetuado no dia 20 de novembro de 2014 com os empreendedores, totalizando 6 questionários respondidos. Antes da aplicação do questionário foi esclarecido oralmente sobre os objetivos da pesquisa, bem como assegurar o sigilo e anonimato das informações recebidas, no qual não houve identificação pessoal. A coleta dos dados foi marcada em comum acordo e autorizada a sua gravação, que segundo Gil (2009,) só mediante a gravação é que se torna possível captar as falas do entrevistado em suas múltiplas dimensões e proceder a verificação do que foi realmente dito durante a entrevista. A mesma foi realizada no seu próprio ambiente de trabalho, sem a presença de terceiros. O roteiro da entrevista foi apresentado antes de sua gravação com o objetivo de esclarecer possíveis dúvidas ou não entendimento acerca das questões, após o conhecimento e entendimento do roteiro e quando o entrevistado sentiu-se confiante e relaxado iniciou a gravação sem interrupções.

No que se refere à pesquisa em âmbito social, Guilhem (2008, p. 85) ressalta que nesse processo de diálogo entre os campos, duas estratégias de revisão de projetos de pesquisa social foram adotadas: 1) em pesquisa de risco mínimo aos participantes e com técnicas qualitativas de levantamento de dados, a possibilidade de usar o termo de consentimento livre e esclarecido oral, reconhecendo que o documento escrito pode inviabilizar a pesquisa ou mesmo representar uma ruptura no estabelecimento da confiança entre pesquisador e participante; e 2) em pesquisas de risco mínimo e para fins educacionais a possibilidade de "revisão simplificada", isto é, de a revisão ética ser realizada pelo coordenador do comitê ou por um de seus membros, sendo posteriormente referendada pelo colegiado. No presente es-

tudo, todos os participantes desta pesquisa tomaram conhecimento, e foram esclarecidos sobre os objetivos e condições gerais para a realização desse estudo utilizando o termo de consentimento livre e esclarecido oral, considerando que a presente pesquisa representa risco mínimo aos participantes.

O estudo corresponde a uma pesquisa de caráter qualitativa e quantitativa, permitindo a verificação, aprofundamento e interpretação dos dados adquiridos, nos quais serão analisados a partir das respostas obtidas através do questionário e entrevista, considerando os objetivos da pesquisa, no sentido de analisar o perfil do empreendedor e a influência de seu comportamento no sucesso da organização.

3 – RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 EMPREENDEDORISMO EM RUBIATABA – GO

O empreendedorismo em Rubiataba segue uma particularidade própria, muitas empresas abrem seus negócios e posteriormente com pouco tempo de existência, acabam fechando.

Para exemplificar um pouco foi aplicado um questionário (vide, anexo) com alguns proprietários de algumas empresas de Rubiataba, para vermos como eles abriram e o que esperam do futuro.

Segundo Fernando Dolabela (1999b), “mais do que uma preocupação com o indivíduo, o empreendedorismo deve ser relacionado à capacidade de se gerar riquezas cessíveis a todos”. Como geralmente a renda concentrada teima em não se distribuir, é importante que ela seja gerada já de forma distribuída. É disso que cuida o empreendedorismo. Não vejo o empreendedorismo como um conceito econômico. “Tem antes uma conotação social, cujo preceito ético é gerar utilidade para os outros. É este também o seu referencial ético”.

O empreendedorismo é um fenômeno cultural, exige soluções que tenham a nossa cara, o nosso jeito, o nosso sistema de valores, a forma brasileira de ver o mundo. Utilizo o termo empreendedorismo em seu sentido amplo, considerando-o uma forma de ser, e não de fazer. Assim, estão incluídos nesse conceito, por exemplo, o empregado-empendedor, (ou intra-empendedor), o pesquisador empendedor, o empendedor comunitário, o funcionário público empendedor, etc. O que importa é a maneira de se abordar o mundo, qualquer que seja a atividade abraçada.

3.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

Questão 1: COMO SURTIU O NEGÓCIO?

O seu negócio surgiu para tentar atender as necessidades da população de Rubiataba e das cidades vizinhas. Foi meio que uma oportunidade, vista ao analisar o mercado desse ramo, e constatar a falta de empreendimentos que atendesse esse tipo de público. (QUESTIONÁRIO 1)

Na realidade meu negócio já vem sendo passado desde meus avós. Na época ele surgiu bem pequeno, vendendo as roupas de casa em casa. Com o tempo adquirimos um espaço para montarmos expositores, etc. (QUESTIONÁRIO 2)

Foi ideia em uma conversa que tive com minha irmã, de abrirmos um empreendimento que levasse o nome da família. No começo, por ser fundo de quintal, foi bem lucrativo. (QUESTIONÁRIO 3)

O negócio surgiu com incentivos de muitas pessoas devido à cidade já ser considerada um polo moveleiro. (QUESTIONÁRIO 4)

Meu empreendimento surgiu logo após eu completar minha faculdade. Terminei meu curso superior e resolvi abrir meu próprio escritório e prestar esse tipo de serviço. Não deixa de ser uma oportunidade vista também no atual cenário de Rubiataba. Não tive nenhum tipo de orientação para abrir meu empreendimento. (QUESTIONÁRIO 5)

O negócio surgiu com a ajuda de meu filho. Fundamos a empresa de prestação de serviço de transporte terceirizado para as empresas sucroalcooleiras do Vale São Patrício. (QUESTIONÁRIO 6)

Nota-se que, a maioria dos empreendimentos entrevistados, os negócios surgiram na maioria das vezes, de uma forma ousada. Há a necessidade de se atender um certo público, daí surge o arriscar sem medos, é bem como Chiavenato define o empreendedorismo.

Questão 2: PROCUROU ORIENTAÇÃO ANTES DE ABRIR O NEGÓCIO?

Quando comecei a pesquisar a viabilização de abertura do meu comércio, busquei me aperfeiçoar cada vez mais para poder atender meus clientes com um diferencial. Portanto, comecei o curso de Administração, almejando com o curso uma expansão. Não tive nenhum tipo de orientação para abrir. (QUESTIONÁRIO 1)

Até onde eu sei meus familiares não tiveram ajuda de ninguém da área de consultoria para eles abrirem o negócio. (QUESTIONÁRIO 2)

Na época por ser bem antigo o empreendimento, não tivemos muitas opções de orientação, portanto, não tivemos nenhuma ajuda. (QUESTIONÁRIO 3)

Não tive orientação, mas com o decorrer do tempo tive sugestões de melhorias, as quais hoje eu sigo. (QUESTIONÁRIO 4)

Não procurei orientação. (QUESTIONÁRIO 5)

Não busquei nenhum tipo de orientação, mas querendo ou não a gente acaba adquirindo um pouco, nem que seja de um amigo próximo ou então até mesmo do nosso contador. (QUESTIONÁRIO 6)

Analisa-se, muitos empreendimentos têm seu fechamento muito cedo, devido à falta de informações a respeito de como gerir e até mesmo abrir. Mas o Sebrae aponta 10 características a respeito do perfil dos empreendedores. Às vezes, se os mesmos não buscarem orientações, mas se obtiverem essas características, o empreendimento tem tudo para dar certo.

Questão 3: POSSUÍA EXPERIENCIA ANTERIOR?

Minha experiência foi em outros tipos de atividades profissionais, nada relacionado com gerência de empresas. (QUESTIONÁRIO 1)

A experiência que tenho foi adquirida desde muito novo. Devido a empresa ser de família, desde pequeno que ajudo meus pais, assim com o tempo fui tendo uma maior noção de como comandar uma empresa. (QUESTIONÁRIO 2)

Minha irmã já tinha tido experiência por já ter trabalhado em uma fábrica do ramo na cidade. (QUESTIONÁRIO 3)

Como dono de empresas não, mas como funcionário de uma indústria moveleira sim. (QUESTIONÁRIO 4)

Quando se fala em experiência, não obtive nenhuma, como empresário. Já trabalhei em outros tipos de comércio, fui pensando e analisando, como gerir uma empresa. (QUESTIONÁRIO 5)

Quando se fala em experiência, não obtive nenhuma, como empresário. (QUESTIONÁRIO 6)

Mais um ponto que mostra que os empreendedores atuais, estão usando da ousadia e o correr riscos, como as próprias definições de grandes autores nós fala.

Nenhum dos empresários acima obteve experiência de gerir uma empresa, e hoje estão sólidas no mercado.

Questão 4: QUAL O DIFERENCIAL QUE VOCÊ QUER QUE OS CLIENTES PERCEBAM NO SEU NEGÓCIO?

Hoje em dia, conseguir um diferencial para as empresas, se tornou muito complicado. Trabalho com meus funcionários o propósito de que os nossos clientes têm que ter o melhor atendimento possível, que eles sejam ágeis nos processos de atendimento, e busco estar melhorando sempre o espaço e a disposição física dentro da loja, para que os clientes sintam-se agradáveis ao fazer suas compras. (QUESTIONÁRIO 1)

Qualidade no atendimento dos meus vendedores e qualidade dos produtos. (QUESTIONÁRIO 2)

Qualidade do produto fabricado, além do merchandising. (QUESTIONÁRIO 3)

Qualidade dos móveis que são fabricados. (QUESTIONÁRIO 4)

Um serviço que consiga esclarecer as necessidades dos nossos clientes, e que saiam satisfeitos. (QUESTIONÁRIO 5)

Boas máquinas de trabalho e mais modernas. (QUESTIONÁRIO 6)

A cada dia que passa os clientes têm se tornado mais exigentes, devido ao grande e mais fácil acesso às informações e estão sempre atualizados. Os empreendedores têm que serem inovadores nesse quesito, para conseguirem frente ao mercado.

Questão 5: QUAIS OS PRINCIPAIS FATORES UTILIZADOS PARA ATRAIR CLIENTES?

Além dos fatores citados na questão anterior, busco fazer diversos tipos de promoção, ofertas, para além de ser um diferencial, ser também um atrativo de clientes. (QUESTIONÁRIO 1)

Bons preços, além de várias liquidações anuais. (QUESTIONÁRIO 2)

Boa disposição do nosso produto nos mercados, embalagens chamativas, etc. (QUESTIONÁRIO 3)

Divulgação em outdoors, panfletos. (QUESTIONÁRIO 4)

O que mais atrai clientes para o seu empreendimento é o marketing viral, um diz pro outro e assim sucessivamente. (QUESTIONÁRIO 5)

Diferencial ao prestar nossos serviços. (QUESTIONÁRIO 6)

Dolabela (1999a) e Drucker (2002) associam empreendedores de sucesso, ao quesito inovação. Algo que conta muito hoje em dia, é a inovação como forma de atrair e atender as necessidades dos clientes.

Questão 6: COMO VOCÊ VERIFICA O GRAU DE SATISFAÇÃO DE SEUS CLIENTES?

Hoje analiso que minha empresa tem tido bastante aceitação em nossa cidade, devido à diversificação de produtos que poucas lojas têm. Muita coisa ainda há de ser melhorado, mas avalio que estamos num patamar favorável frente aos nossos concorrentes (QUESTIONÁRIO 1)

Por ser uma empresa já antiga, analiso que temos uma boa aceitação frente aos nossos concorrentes. (QUESTIONÁRIO 2)

Hoje analiso que minha empresa tem tido bastante aceitação em nossa cidade, devido ao atendimento diferenciado. Muita coisa ainda há de ser melhorado, mas avalio que estamos bem, muito bem. (QUESTIONÁRIO 3)

Estamos com bastante aceitação. (QUESTIONÁRIO 4)

Não temos nada a reclamar do que parte a nossa aceitação na cidade, temos bastantes clientes. (QUESTIONÁRIO 5)

Verifico que o grau é bastante alto em relação às demais empresas. (QUESTIONÁRIO 6)

O grau de satisfação dos clientes é um ponto crucial e estratégico para as empresas. Saber o que o cliente está achando dos produtos e serviços é importante para a melhoria e qualidade da empresa.

Questão 7: FEZ ALGUM CURSO ANTES DE ABRIR UM NEGÓCIO?

Curso com relação como abrir empresa nenhum dos entrevistados fizeram. Todos fizeram cursos específicos da área em que iam atuar. Analisando esse cenário podemos concluir que os que fizeram graduação em Administração, terão grande vantagem.

Segundo Dornelas (2007), as empresas devem obter pelo menos um curso preparatório, desde a viabilidade até de como abrir o negócio. As empresas de hoje em dia têm buscado mais essas orientações e cursos, coisa que as empresas mais antigas não tinham a curiosidade e o interesse de estar adquirindo.

Questão 8: QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICA QUE UM EMPRESÁRIO DEVE TER PARA SER BEM SUCEDIDO?

Acredito que um empresário de sucesso, deve ser organizado, acima de tudo. Ele deve ser eficiente, e ter pulso firme, principalmente para se sobressair frente a todos os percalços que surgem ao logo de sua vida empresarial. (QUESTIONÁRIO 1)

Primeiramente, acredito que uma boa educação e organização. Quando o empresário trata bem seu funcionário, seus clientes, ele consegue se sobressair com maior facilidade. (QUESTIONÁRIO 2)

Acredito que determinação é primordial, não ter medo de trabalhar, e principalmente de enfrentar desafios. Além, é claro, de um bom planejamento. (QUESTIONÁRIO 3)

Força de vontade de crescer, primeiro passo e o mais importante. (QUESTIONÁRIO 4)

Tratar bem todas as pessoas que estão ao seu redor, principalmente seus colaboradores, pois são eles que farão o nome do empresário, (QUESTIONÁRIO 5)

Acima de qualquer coisa, um empresário para ser de sucesso, necessita ser pontual com seus compromissos e, além disso, ter bastante organização com seus negócios. (QUESTIONÁRIO 6)

O Sebrae demonstra bem claro as 10 características básicas para um empreendedor de sucesso, exemplo, ser líder, assumir riscos, saber organizar, entre outras.

Questão 9: VOCÊ PROCURA PARTICIPAR DE CURSOS?

Atualmente faço parte de uma rede de lojas do mesmo segmento que o meu. Fazer parte dessa rede me traz grandes benefícios. Vários cursos, palestras, workshops, eventos em todas as regiões do Brasil, somos convidados a estarem participando. E isso enriquece muito minha forma de agir e gerir minha empresa. (QUESTIONÁRIO 1)

Os cursos que faço são todos voltados para a área da moda, para ficar mais sintonizado com tendências, etc. (QUESTIONÁRIO 2)

Todos os cursos competentes a esta categoria costumo fazer, pois acredito que isso é um enriquecimento tanto para o meu conhecimento, como para a melhoria do atendimento. (QUESTIONÁRIO 3)

Não sou acostumado a participar. (QUESTIONÁRIO 4)

Referente à minha categoria procuro participar de todos, para melhor atender meus clientes. (QUESTIONÁRIOS 5 e 6)

Os cursos em áreas afins são essenciais para o crescimento da empresa e até crescimento próprio do empreendedor.

Questão 10: QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS NA CONDUÇÃO DO SEU NEGÓCIO?

Acredito que uma das maiores dificuldades é a questão da concorrência, e ao mesmo tempo a condução dos processos dentro da empresa. (QUESTIONÁRIOS 1, 2, 3 e 4)

Muitas pessoas ainda, não sabem o que é uma prestação de serviço, ou uma consultoria. Essa tem sido minha maior dificuldade. Trabalho com pessoas hu-

mildes da zona rural, e a grande maioria desconhece sobre o assunto. (QUESTIONÁRIO 5 e 6)

A concorrência tem sido e sempre será algo que assola e assombra os empreendedores. Buscar se aperfeiçoar e se atualizar para liderar o mercado é um ponto chave, que poucas empresas tem a coragem de investir.

Questão 11: COMO E ONDE VOCÊ APLICA O SEU DINHEIRO?

Aplico em melhorias para a minha empresa, e uma parte guardo no banco para eventuais imprevistos. (QUESTIONÁRIO 1)

Aplico na melhoria do layout da minha empresa e dos meus produtos. (QUESTIONÁRIO 2)

Tudo que me sobra vem de retorno na melhoria da fábrica, tanto maquinários, como matéria-prima, etc. (QUESTIONÁRIOS 3 e 4)

Atualmente, aquele que me resta, faço investimentos no meu próprio negócio, reformas, ampliações, etc. (QUESTIONÁRIO 5)

Grande parte é retornada para conserto das máquinas, dos caminhões, que se depreciam muito rápido devido a jornada de trabalho ser bem puxada. (QUESTIONÁRIO 6)

A renda adquirida com a lucratividade acaba sendo utilizada como retorno na própria empresa. Como vemos nos questionários as empresas retorna esse dinheiro em forma de investimentos e melhorias. Aquilo que resta é aplicado no banco para alguns imprevistos.

Questão 12: O QUE MAIS TE MOTIVA NESSE NEGÓCIO?

A satisfação que eu vejo estampada no rosto de meus clientes tem sido minha maior motivação. (QUESTIONÁRIOS 1, 2, 3 e 4)

Minha motivação se dá através da satisfação que meus clientes, me transmitem, após uma consultoria ou algo do tipo. (QUESTIONÁRIOS 5 e 6)

Motivação é uma característica básica do perfil empreendedor, pois é através disso que a empresa consegue evoluir. Empreendedores motivados são mais produtivos.

Questão 13: QUE DIFICULDADES OU CONFLITOS PODEM SURTIR QUANDO SE TEM UM SÓCIO?

Quando comecei meu negócio, por falta de recursos próprios, tive que buscar uma sociedade. Em uma conversa informal com meus familiares, um primo meu também tinha o desejo de abrir um negócio, então nasceu ali uma sociedade. Abrimos o negócio. Foi uma experiência diferente, mas como todo negócio a dois, foi um pouco conflituoso. Devido à expansão rápida do negócio, com pouco tempo acabei comprando a parte dele, me tornando o único dono. (QUESTIONÁRIO 1)

Até o momento não tive nenhuma sociedade então não sei falar as dificuldades que se pode ter. (QUESTIONÁRIO 2)

Desde quando começamos, sou eu e minha irmã e não vejo problema ou dificuldade alguma na gestão do negócio. Todas as decisões tomamos juntos e vemos o que é melhor. (QUESTIONÁRIO 3)

Não tive sócios ainda, mas penso que deve ser bem complicado. (QUESTIONÁRIO 4)

Hoje trabalho juntamente com um colega meu, um sócio. Vejo como uma experiência diferente e não tenho nada a reclamar. (QUESTIONÁRIO 5)

Por ser uma empresa familiar, onde todos os envolvidos na sociedade são todos da família, não vejo problemas na gestão. (QUESTIONÁRIO 6)

Sociedades tem sido grandes problemas nas empresas hoje em dia. A falta de comunicação entre todos os sócios tem gerado brigas e autoritarismo por parte de uma pessoa. Isso atrapalha não só os próprios donos por ficarem em clima ruim, mas também afeta os colaboradores, por consequência afetando até no produto final.

Questão 14: QUAL O PERFIL DO CANDIDATO QUE A EMPRESA OBSERVA ANTES DE CONTRATAR?

Querendo ou não a maioria das empresas, busca profissionais que já tenham tido experiência no mercado de trabalho. Os candidatos a trabalharem aqui, precisam ser pessoas honestas, éticas, compromissadas e principalmente vestirem a camisa da equipe, e trazer resultados. (QUESTIONÁRIOS 1, 2, 3 e 4)

Os candidatos a trabalharem aqui, precisam ser pessoas honestas, éticas, compromissadas e principalmente vestirem a camisa da equipe, e trazer resultados. (QUESTIONÁRIOS 5 e 6)

Questão 15: QUAL A DIFERENÇA ENTRE SER EMPREGADO E SER SEU PRÓPRIO PATRÃO?

A diferença é que quando você é empregado você deve acatar as ordens, já sendo seu próprio patrão você dá as ordens. (QUESTIONÁRIO 4)

Vejo como diferença as responsabilidades que são dadas, quando você é empregado você tem responsabilidades de acatar as ordens, e quando você é o seu próprio patrão, as responsabilidades são maiores. (QUESTIONÁRIO 5)

Dornelas (2007) diz que às vezes as pessoas acham que ser o patrão é a melhor opção, mas acarreta muitas responsabilidades, pois ele deve entender do empreendimento, além de saber como o mercado está.

Questão 16: QUE CONSELHO VOCÊ DARIA PARA QUEM QUER ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO?

Só digo uma coisa, aqueles que tenham interesse de abrir um negócio, não tenham medo. Coragem e força de vontade que vocês conseguem. Façam uma análise do mercado e viabilidade, para não ser um tiro no escuro. (QUESTIONÁRIO 1)

Coragem e força de vontade que vocês conseguem, as únicas palavras que eu tenho a dizer para quem tem esse desejo de abrir um negócio. (QUESTIONÁRIO 2)

Primeiramente, que faça um bom planejamento a respeito do negócio. Se aquilo que ele pretende abrir será rentável. (QUESTIONÁRIO 3)

Ser persistente, fácil não é, mas correr atrás faz parte. (QUESTIONÁRIO 4)

Colocar tudo no papel é primordial para saber se o que ele pretende vá ser de grande valia para a cidade e se irá atender alguma necessidade, deficiência existente nesse tipo de segmento. (QUESTIONÁRIO 5)

Coragem, persistência, força para enfrentar os desafios que surgiram. (QUESTIONÁRIO 6)

Questão 17: QUAIS SÃO SUAS EXPECTATIVAS DE CRESCIMENTO E COMO PRETENDE ALCANÇÁ-LAS?

A cada dia são maiores ainda, e pretendo alcançar com um bom atendimento para atrair cada dia mais clientes. (QUESTIONÁRIOS 1 e 2)

As expectativas são grandes, pretende-se alcançar o maior número de clientes fidelizados possível, e pretende-se alcançá-las com as promoções, atratividades de preço, etc. (QUESTIONÁRIO 3)

Graças a uma linha diferenciada já obtive um crescimento agradável, no qual eu já tinha almejado anteriormente. (QUESTIONÁRIO 4)

Almeja crescimento, aumentando do número de clientes, e para isso contamos com um bom serviço, devido nosso maior marketing ser o viral. (QUESTIONÁRIO 5)

Na minha área de prestação de serviço, não tenho muito como crescer, até porque minha prestação de serviço é específico para uma empresa só. (QUESTIONÁRIO 6)

Plano de ação é um fator decisivo no auxílio dessas perspectivas de crescimento, pois através dele, se é possível definir o que se pretende, como se fazer, quanto irá custar, entre outras definições. Como isso planejado é mais fácil de colocar em execução.

Questão 18: VOCE POSSUI OUTRA ATIVIDADE ECONÔMICA?

Atualmente sou sócio de uma empresa de transportes. Possuímos uma frota de caminhões que fazem fretes para todo o canto do Brasil. (QUESTIONÁRIO 1)

No momento não, mas penso em adquirir outra atividade econômica. (QUESTIONÁRIO 2)

Atualmente não possuo outra atividade econômica. (QUESTIONÁRIOS 3, 4, 5 e 6)

Questão 19: QUAL É A PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS DA EMPRESA?

Caracteriza-se nas vendas. (QUESTIONÁRIOS 1, 2, 3 e 4)

Os recursos obtidos na empresa são advindos das prestações de serviços e consultorias. (QUESTIONÁRIOS 5 e 6)

Os recursos adquiridos das empresas são advindos através do produto final que é oferecido pela empresa.

Questão 20: DE QUE FORMA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO PODEM OU TEM CONTRIBUIDO COM O SEU NEGÓCIO?

As instituições de ensino me ajudaram bastante. Quando comecei minha faculdade obtive uma visão bem diferente de como administrar uma empresa, e hoje consigo, e além do mais ajudo pessoas a conseguirem também. Além disso, vários acadêmicos hoje em dia, procuram minha loja como referência para estarem fazendo seus estágios. (QUESTIONÁRIO 1)

Até o momento posso dizer que as instituições de ensino não me ajudaram em nada. (QUESTIONÁRIO 2)

Agora sim que a faculdade está me ajudando, pois meu filho que me ajuda nas atividades da empresa, está cursando Administração e isso tem ajudado e muito. (QUESTIONÁRIO 3)

Não contribuíram com nada. (QUESTIONÁRIO 4)

A faculdade só me auxiliou no básico da minha profissão, no caso da minha área de trabalho. (QUESTIONÁRIO 5)

Temos uma pessoa formada, portanto, ajuda em muito em nossa empresa. Então acredito que um curso superior ajuda e muito. (QUESTIONÁRIO 6)

Como já dito, existem várias instituições de ensino e até mesmo de apoio para auxiliar as empresas a crescerem, exemplo o Sebrae.

CONSIDERAÇÕES

O espírito empreendedor do brasileiro, que é reconhecido internacionalmente, merece atenção especial, ofertando por parte das autoridades brasileiras constituídas, e serviços de apoio como SEBRAE, Associações Comerciais e Secretárias de Indústria e Comércio, condições e atrativos para que estes constituam micro e pequenas empresas, pois através destas, o país terá atendido necessidades e anseios da sociedade, como geração de emprego, renda e riqueza para a nação.

A constituição de empresas, sempre é bem-vinda, pois por menor que seja o empreendimento este estará aumentando a arrecadação dos tributos, tão discutida ultimamente através da reforma tributária, e por outro lado está cumprindo o papel social de gerar postos de trabalho, empregando muitas vezes somente o proprietário do negócio, outras um número maior de pessoas, mas cumprindo seu papel de ocupar pessoas.

O empreendedorismo ganha cada vez mais importância e tem se tornado objeto de estudo de muitos pesquisadores. Através das últimas décadas a preocupação em se criar empresas duradouras vem aumentando, em grande parte pelo grande número de empregos que é gerado pelas micro e pequenas empresas e seu peso na economia nacional.

Nota-se com esse estudo que o empreendedorismo na cidade de Rubiataba, está bem crescente e que muita coisa ainda precisa ser melhorada para que muitas empresas não fechem suas portas nos primeiros anos de negócio. Pode-se analisar principalmente o pensar de cada empreendedor, listado aqui de três segmentos diferentes, varejo, indústria e prestação de serviços.

REFERÊNCIAS

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

CIELO, I. D. **Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

DIAS, F. A. **O perfil do empreendedor e aspectos sócio-demográficos do movimento denominado "Camelódromo": um estudo em Balneário Camboriú**. Monografia (Graduação em Administração) - Universidade do Vale do Itajaí - UVI, 2007. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Fabricio%20Alexandre%20Dias.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

_____. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

_____. **Quero construir a minha história**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

_____. **Transformando ideias e negócios** - Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 6. ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GUILHEM, D. **O que é ética em pesquisa**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

MAI, A. F. **O perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE). Vitória, 2006. Disponível em:

<http://www.fucape.br/_public/producao_cientifica/8/Dissertacao%20Antonio%20Fernando.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2014.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROMANO, B. **Estudo do empreendedorismo no âmbito das micro e pequenas empresas pelos alunos da FATEC Zona Leste**. São Paulo: Centro Paulo Souza, 2009.

SCHLINDWEIN, C. **Empreendedores, o desafio do negócio próprio: uma análise da criação de micro e pequenas empresas**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção do departamento de Engenharia de Produção e Sistemas da Universidade Federal de Santa – PPGEPEPS -UFSC, Florianópolis. 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/87096/224332.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1959.

SIQUEIRA, M. A. S. **Monografias e teses: das normas técnicas ao projeto de pesquisa**. Brasília: Consulex, 2005.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1-1528

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA PRÉVIA COM EMPRESÁRIO.

1. COMO SURTIU O NEGÓCIO?
2. PROCUROU ORIENTAÇÃO ANTES DE ABRIR O NEGÓCIO?
3. POSSUÍA EXPERIÊNCIA ANTERIOR?
4. QUAL O DIFERENCIAL QUE VOCÊ QUER QUE OS CLIENTES PERCEBAM NO SEU NEGÓCIO?
5. QUAIS OS PRINCIPAIS FATORES UTILIZADOS PARA ATRAIR CLIENTES?
6. COMO VOCÊ VERIFICA O GRAU DE SATISFAÇÃO DE SEUS CLIENTES?
7. FEZ ALGUM CURSO ANTES DE ABRIR UM NEGÓCIO?
8. QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS QUE UM EMPRESÁRIO DEVE TER PARA SER BEM SUCEDIDO?
9. VOCÊ PROCURA PARTICIPAR DE CURSOS?
10. QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS NA CONDUÇÃO DO SEU NEGÓCIO?
11. COMO E ONDE VOCÊ APLICA O SEU DINHEIRO?
12. O QUE MAIS TE MOTIVA NESSE NEGÓCIO?
13. QUE DIFICULDADES OU CONFLITOS PODEM SURTIR QUANDO SE TEM UM SÓCIO?
14. QUAL O PERFIL DO CANDIDATO QUE A EMPRESA OBSERVA ANTES DE CONTRATAR?
15. QUAL A DIFERENÇA ENTRE SER EMPREGADO E SER SEU PRÓPRIO PATRÃO?
16. QUE CONSELHO VOCÊ DARIA PARA QUEM QUER ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO?
17. QUAIS SÃO SUAS EXPECTATIVAS DE CRESCIMENTO E COMO PRETENDE ALCANÇÁ-LAS?
18. VOCE POSSUI OUTRA ATIVIDADE ECONÔMICA?
19. QUAL É A PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS DA EMPRESA?
20. DE QUE FORMA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO PODEM OU TEM CONTRIBUIDO COM O SEU NEGÓCIO?