

INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE
EMPRESAS

ARMANDO RODRIGUES DA SILVA
LUCAS MOREIRA SANTOS ANDRADE

O PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICROS E PEQUENOS EMPRESÁRIOS DE
SÃO MATEUS/ES

SÃO MATEUS
2008

ARMANDO RODRIGUES DA SILVA
LUCAS MOREIRA SANTOS ANDRADE

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICROS E PEQUENOS EMPRESÁRIOS DE
SÃO MATEUS/ES**

Trabalho de Conclusão de Curso em cumprimento as exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração com habilitação em de Administração de Empresas, pela Faculdade Vale do Cricaré, sob a orientação do Professor Fabricio Moraes Cunha.

SÃO MATEUS

2008

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICROS E PEQUENOS EMPRESÁRIOS DE
SÃO MATEUS/ES**

ARMANDO RODRIGUES DA SILVA

LUCAS MOREIRA SANTOS ANDRADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração de Empresas da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas.

Aprovado em _____ de _____ de 2008

BANCA EXAMINADORA

PROF. FABRÍCIO MORAES CUNHA.
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
ORIENTADOR

PROF.
FACULDADE VALE DO CRICARÉ

PROF.
FACULDADE VALE DO CRICARÉ

Dedico esse trabalho a Deus por ter nos dado força para caminhar e a minha família que me ofereceu estrutura educacional para lutar por meus sonhos. Aos jovens que não imaginam um emprego com única alternativa profissional, aos empregados e desempregados que acalentam o sonho de empreendedor.

São muitas pessoas a agradecer e que nos ajudaram para conclusão desse trabalho acadêmico. Agradeço primeiramente a Deus que esteve sempre do nosso lado nos momentos mais difíceis, e que nos deu a confiança que chegaríamos à conclusão desse trabalho com êxito. Ao professor Fabrício Moraes Cunha por não ter medido esforços para nos orientar de forma construtiva durante o desenvolvimento da pesquisa e ter nos ajudado a superar os desafios que enfrentamos. Ao professor Wallece por ter nos ajudado e nos oferecido dicas e sugestões que se tornou de grande valia para adaptação e melhoria do trabalho. Ao Instituto Vale do Cricaré – UNIVC que lançou esse desafio como forma de enriquecimento dos conhecimentos acadêmico dos alunos que anseiam ser um profissional de sucesso. Aos gestores das Micro e Pequenas Empresas do Município São Mateus/ES que se dispôs a participar da entrevista oferecendo informações e muitos direcionamentos sobre sua vida empreendedora. E, finalmente aos colegas da turma de Administração de Empresas 2008/02 que nos ajudou com a pesquisa e contribuíram com o desenvolvimento do nosso projeto.

“Desconfie do senso comum da maioria. Se dê ao direito de pensar uma forma que os outros não pensem. Tenha coragem de não fazer igual a ninguém. Isso faz o empreendedor”.

J. Jonas Zucch

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo identificar o perfil empreendedor dos Micro e Pequenos Empresários do Município de São Mateus/ES. Ao mesmo tempo mensurar os fatores que podem indicar o sucesso ou o insucesso de um empreendimento. Além desse objetivo principal, o trabalho também procurou estudar, dentro de uma abordagem histórica, o surgimento do empreendedorismo no Brasil e a evolução dessa ação através do surgimento de políticas e órgãos que ofereçam estímulos ao empreendedor. Apesar da alta mortalidade das empresas de menor porte no Brasil, as mesmas desenvolvem um papel fundamental na geração de recursos, de empregos e de renda. Destacamos através dos relatos que os empreendedores de sucesso têm um perfil diferenciado no que se trata da sua personalidade, tendo em vista sua capacidade gerencial e operacional no comando de uma empresa. Para o alcance desse objetivo foi feita uma pesquisa de campo, por meio de um formulário estruturado, com os empresários do município de São Mateus/ES. Para ajudar nas conclusões e análises utilizamos a estatística para montar os gráficos e tabelas com os dados coletados. Com isso, confrontamos o resultado obtido com a pesquisa com as informações de autores sobre o perfil empreendedor. O resultado do estudo é restrito à amostra investigada e às condições sobre as quais se deram as entrevistas.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo - Empreendedor - Perfil - Micro e Pequenas Empresas - São Mateus/ES - Empresário Mateense - Micro e Pequeno Empreendedor

ABSTRACT

This research aimed to identify the profile of the little enterprise and small businesses the city of São Mateus/ES. At the same time measuring the factors that may indicate the success or failure of an enterprise. In addition to this main goal, the study also sought work within a historical approach, the emergence of entrepreneurship in Brazil and the development of this action through the development of policies and institutions that provide incentives to entrepreneurs. Despite the high mortality of smaller businesses in Brazil, they have a key role in the generation of resources, jobs and income. Featuring through the reports that the success of entrepreneurs have a different profile in that it's his personality, with a view to their ability in management and operational control of a company. To the extent that goal was a field research, using a structured form, with the entrepreneurs of the city of Seattle Sounders. To help the conclusions and the statistical analysis used to mount the charts and tables with data collected. With that face the result obtained with the search with the information from authors on the profile entrepreneur. The outcome of the study is restricted to the sample investigated and the conditions on which they gave interviews.

Keywords: Entrepreneurship – Entrepreneur – Profile - Small Enterprises - São Mateus/ES - Businessman Mateense – Small Entrepreneur

LISTA DE TABELAS, QUADROS, FIGURAS, GRÁFICOS E SIGLAS

Tabela 1 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor	18
Tabela 2 - Empresas do setor informal, por número de pessoas ocupadas, segundo os grupos de atividade – 1997.....	28
Tabela 3 - Número de empreendimentos informais e pessoas ocupadas nos estados	29
Tabela 4 - Número de estabelecimentos, por porte e setor 2002-2003.	30
Tabela 5 - Número de trabalhadores 2002-2003.....	30
Tabela 6 - Ganhos socioeconômicos advindos da taxa de sobrevivência empresarial no Brasil.....	31
Tabela 7 - Índice de mortalidade por regiões	32
Tabela 8 - Evolução características empreendedoras no decorrer do tempo	38
Tabela 9 - Características freqüentemente atribuídas aos empreendedores de sucesso	38
Tabela 10 - Distribuição das empresas pesquisadas	50
Tabela 11 - Características pessoais dos empresários entrevistados.....	53
Tabela 12 - Faixa etária dos empresários quando abriu a empresa	54
Tabela 13 - Características da educação empreendedora dos empresários	55
Tabela 14 - Familiar empreendedor	55
Tabela 15 - Freqüência da assessoria profissional na abertura da empresa	57
Tabela 16 - Atividade exercida antes de empreender	58
Quadro 1 - Aspectos da cidade de São Mateus/ES.....	25
Quadro 2 - Tipos de empreendedores	36
Quadro 3 - Necessidades dos empreendedores.....	42
Quadro 4 - Habilidades dos empreendedores	42
Quadro 5 - Perfil empreendedor	61
Figura 1 - Aspectos históricos de São Mateus.....	24
Figura 2 - A Hierarquia de Maslow.....	40

Gráfico 1 - Procedência dos empreendedores	52
Gráfico 2 - Nível de escolaridade dos empresários	54
Gráfico 3 - Experiência no ramo de comércio.....	56
Gráfico 4 - Participação do curso sobre empreendedorismo	56
Gráfico 5 - Motivação para abertura das empresas.....	59
Gráfico 6 - Estágio dos negócios dos empresários entrevistados	60
Gráfico 7 - Empreendedores iniciais entrevistados.....	61
Gráfico 8 - Perfil empreendedor dos proprietários das empresas pesquisadas	62
Gráfico 9 - Características empreendedoras referente à “Comprometimento e Determinação”	63
Gráfico 10 - Características empreendedoras referente à “Obsessão pelas Oportunidades”	64
Gráfico 11 - Características empreendedoras referente à “Tolerância ao Risco, Ambigüidade e Incerteza”	65
Gráfico 12 - Características empreendedoras referente à “Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação”	66
Gráfico 13 - Características empreendedoras referente à “Motivação e Superação”	67
Gráfico 14 - Características empreendedoras referente à “Liderança”	68

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

ECINF - Economia Informal Urbana

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

USAID - Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

ME – Micro Empresa

EPP – Empresa de Pequeno Porte

TQM – Total Quality Management

SOFTEX – Programa Nacional de Software para Exportação.

EMPRETEC – Programa presencial para empresários e empreendedores

GENESIS - Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços

ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimento:
Inovadores

REUNE - Programa Engenheiro Empreendedor

CNI - Confederação Nacional da Indústria

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

PIB – Produto Interno Bruto

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

CDL – Câmara dos Dirigentes Logistas

ACAP's – Associação Capixaba de Supermercados

IDE – Instituto de Desenvolvimento Empresarial

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 EMPREENDEDORISMO	17
1.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO.....	17
1.2 CONCEITUALIZAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	18
1.3 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	19
2 EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE SÃO MATEUS	23
2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS.....	23
2.2 CARACTERÍSTICAS DA CIDADE DE SÃO MATEUS	23
3 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	26
3.1 A IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PARA DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA <i>versus</i> ALTO ÍNDICE DE MORTALIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS	26
4 O PERFIL EMPREENDEDOR	33
4.1 O EMPREENDEDOR	33
4.2 TIPOS DE EMPREENDEDOR	34
4.3 PERFIL EMPREENDEDOR.....	36
4.3.1 Características dos Empreendedores.....	37
4.4 NECESSIDADES DOS EMPREENDEDORES.....	40
4.5 HABILIDADES DOS EMPREENDEDORES	40
4.6 FATORES SÓCIO-ECONÔMICOS QUE INFLUENCIAM NA FORMAÇÃO DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	43
5 METODOLOGIA	45
5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	45
5.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA	46
5.2.1 Definição da população	46
5.2.2 O tipo da amostragem	47
5.3 TÉCNICAS DA COLETA DE DADOS.....	47
6 ANÁLISE DOS DADOS	49
6.1 CARACTERIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS	49
6.2 CARACTERIZAÇÕES DO PERFIL DO PROPRIETÁRIO DA EMPRESA.....	52
6.3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICROS E PEQUENO EMPRESÁRIOS	61

6.4 ASPECTOS DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS	
EMPRESÁRIOS	62
CONCLUSÕES e RECOMENDAÇÕES	69
REFERÊNCIAS	72
ANEXOS.....	75

INTRODUÇÃO

Iniciar um negócio próprio é um sonho de muitos empreendedores, tendo como expectativa a satisfação pessoal em busca de liberdade profissional. Dentro dessa perspectiva, empreender negócios tem sido uma realidade crescente no mundo e no e principalmente no Brasil. Assim sendo, este trabalho tem como tema de estudo do perfil do empreendedor dos empresários de São Mateus/ES.

O estudo do perfil do empreendedor, bem como a identificação das características dos empreendedores de sucesso, têm sido uns dos maiores desafios da Administração. O reconhecimento da importância e da contribuição da prática empreendedora em uma região é notável, visto que essas atitudes e o surgimento de micro e pequenas empresas (MPEs) fortalecerão a economia. No campo do empreendedorismo, os estudos do comportamento empreendedor e dos fatores sócio-econômicos propulsores ou inibidores do sucesso empresarial ganharam amplitude junto aos pesquisadores, Dornelas (2001), Dutra (1982; 2004) e Bernardi (2003).

Para Bernardi (2003, p. 63)

A idéia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. As oportunidades detectadas ou visualizadas, intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia do empreendimento.

Já Dornellas (2001, p. 40) relata que:

O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde este talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem idéias é como uma semente sem água. Quando o talento é somado à tecnologia e as pessoas têm boas idéias viáveis, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer. Porém existe a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel: o capital. O componente final é o *know-how*, ou seja, o conhecimento e habilidade de conseguir convergir em um mesmo ambiente o talento, a tecnologia e o capital que fazem a empresa crescer.

Dessa forma, é de suma importância para o desenvolvimento socioeconômico criar a cultura empreendedora que se dá através de atitudes inovadoras que ofereçam caminhos a criação de um micro ou pequenas empresas. As oportunidades para serem identificadas é preciso um olhar atento de pessoas que tenham características empreendedoras. Queremos com isso listar e identificar essas características em pessoas que possuem negócios de sucesso na cidade.

Os resultados das pesquisas de teóricos darão sustentação para que se investigue o perfil do empreendedor.

As micros e pequenas empresas (MPEs) têm uma participação positiva no ambiente econômico brasileiro e mundial. Não obstante essa realidade, os pequenos negócios ainda não têm recebido tratamento ideal sabido da sua grande importância e atuação no celeiro econômico e social de qualquer região.

Segundo a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID), o crescimento das MPEs em especial nas vendas externas brasileiras, tem fundamental importância para a melhoria de qualidade de vida da população de baixa renda, estimada em 50 milhões de pessoas. Hoje, os números relativos às exportações de MPEs brasileiras indicam que há, de um lado, enorme potencial de crescimento e, de outro, alguns desafios a serem superados.

Considerando o potencial de geração de empregos das MPEs, sua maior participação no comércio internacional contribuirá de forma direta para a redução da pobreza ao criar mais postos de trabalho e novas oportunidades de geração de renda.

Tornam-se um desafio de nosso governo criar programas de apoio às MPEs que ofereçam trabalhos de conscientização e base de apoios financeiros.

Daí surge o objetivo principal desse trabalho que é pesquisar o perfil empreendedor dos micros e pequenos empresários de São Mateus/ES, observando as características socioeconômicas culturais dos mesmos, divididos em objetivos específicos:

- Descrever um breve histórico sobre o Empreendedorismo no Brasil e São Mateus/ES;
- Correlacionar às informações teóricas e os dados da pesquisa de campo dos empresários mateenses;
- Descrever o perfil e os comportamentos empreendedores dos empresários de São Mateus/ES;
- Descrever a importância da criação de microempresas e empresas de pequeno porte para uma região;

Esta pesquisa torna-se relevante para a sociedade mateense devido sua capacidade de ampliar o conhecimento e visão dos empresários do município sobre empreendedorismo, contribuindo para geração de emprego e renda, distribuição de riqueza e desenvolvimento profissional dos empresários.

Sua importância está em oferecer respostas para os empresários mateense sobre os benefícios das atitudes empreendedoras e das características do comportamento empreendedor para a gestão dos negócios.

Outro fator justificativo para a realização deste projeto é a contribuição para o desenvolvimento econômico do município, pois segundo Dolabela (1999) os dados apresentados pela pesquisa realizada pela *Global Emprereneurship Monitor* (GEM) indicam que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico. Empreender negócios na atualidade não tem sido uma tarefa fácil, encontramos barreiras econômicas e mercadológicas que nos levam a desistir de uma oportunidade que poderia ser bem sucedida. Identificamos empresas fechando as portas freqüentemente por falta de conhecimento e comprometimento. Empreender negócios sustentáveis e rentáveis tem sido o maior desafio dos profissionais e para concretizar tal sonho é preciso pagar um preço. Relacionado aos desafios de se empreender, vale ressaltar que:

[...] Você pode imaginar que as aventuras no mundo dos negócios têm um preço, às vezes alto demais. O seu maior custo é o fracasso. Entretanto, começar algo sem colocar nele algum ideal pode ser frustrante em médio prazo. Tenha em mente que o seu sucesso vai depender do grau de comprometimento daqueles que vierem trabalhar com você e dos ideais que você prega e pratica. [...]. (BERNHOEFT, 1997, p. 29-30).

A todo tempo ficamos nos perguntando por que é tão difícil programarmos nossos projetos pessoais e profissionais.

Segundo Martinelli (2008), relata que em uma pesquisa comandada pelo psicólogo David McClelland que teve como objetivo descobrir se existiam características comuns entre os empreendedores de sucesso.

O estudo demorou 03 anos e foi realizado em 34 países. As conclusões deste trabalho foram surpreendentes: a primeira delas é que não existe diferença de conhecimento significativa entre os empreendedores de sucesso e os que fracassam. Porém, ficou nítido que o grupo bem sucedido possui características comportamentais bem distintas. Quem empreende uma tarefa e obtém êxito normalmente age de forma peculiar dos demais. Este padrão identificado na maioria dos pesquisados foi exaustivamente estudado e hoje são conhecidos como comportamentos empreendedores.

Indubitavelmente, descrever o perfil empreendedor dos empresários contribuirá para o enriquecimento da literatura empreendedora da cidade, pois esta pesquisa mostrará sua relevância ao analisar o comportamento empreendedor dos habitantes, comparando as informações obtidas na literatura administrativa com a realidade empreendedora do município.

Contudo, a maior relevância dar-se-á devido a possibilidade de confecção de indicadores sociais, pois através de comparações, este estudo exibirá informações que demonstrarão o comportamento empreendedor dos mateenses, permitindo avaliar se o perfil empreendedor mateense está conforme os modelos encontrados nas literaturas que referem-se ao estudo do perfil empreendedor.

Enfim, será possível realizar o balizamento do conhecimento sobre o perfil empreendedor dos empresários do município, com os perfis encontrados em outras pesquisas.

1 EMPREENDEDORISMO

1.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

Pesquisar sobre empreendedorismo não é tarefa fácil. O tema é muito amplo e possui muitas variáveis a serem estudadas para expor adequadamente o assunto. Examinar empreendedorismo requer análise dos aspectos comportamentais dos seres humanos, sua interação com o mundo, fatores sociológicos, avaliação de cenários e ambientes, mudanças que ocorrerem no planeta entre outros assuntos impactantes no desenvolvimento do empreendedorismo para uma avaliação adequada do assunto.

Muito tem se falado de empreendedorismo nas últimas décadas. É de senso comum identificar o papel do empreendedorismo no meio social. Souza e Guimarães (2005, p. 89), citando Gimenez, Tóffolo, relataram que:

O fenômeno do empreendedorismo não é recente, visto que, desde que o homem passou a conviver em grupos, pode-se dizer que foram criados empreendimentos para permitir a realização de tarefas sociais. Todavia, o estudo do empreendedorismo é um tema novo para a área das organizações. A investigação sistemática e continuada desse fenômeno tem uma vida de pouco mais de 50 anos (MILLER, 1952, LAUTERBACH, 1954, McCLELLAND, 1961, BATY, 1974).

Mai (2006, p. 42) apud Hirsh e Peters (2004, p. 27), apresenta tabela com uma série cronológica dos estudos que contribuíram para o desenvolvimento daquilo que eles denominaram ser a “teoria do empreendedorismo” e do termo empreendedor.

TABELA 1: DESENVOLVIMENTO DA TEORIA DO EMPREENDEDORISMO E DO TERMO EMPREENDEDOR

Origina-se do francês: significa aquele que está entre ou estar entre.
Idade Média: Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII: Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.

1725: Richard Cantillon – pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
 1803: Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
 1876: Francis Walker – distinguiu os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
 1934: Joseph Schumpeter – o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
 1961: David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
 1964: Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
 1975: Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos e fracassos.
 1980: Karl Vesper – o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
 1983: Gifford Pichot – o intra-empendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
 1985: Robert Hisrich - o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Hisrich e Peters (2004, p. 27).

1.2 CONCEITUALIZAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Faz-se necessário o perfeito esclarecimento e conceituação deste tema para a perfeita compreensão deste projeto. Não poderão existir falhas ou quaisquer más compreensões sobre a conceituação do empreendedorismo. Necessitaremos de uma definição clara para termos êxito na definição do perfil empreendedor dos empresários de São Mateus/ES.

Das diversas definições encontradas para empreendedorismo, algumas definem empreendedorismo como uma livre tradução da palavra *entrepreneurship*, que por sua vez é derivada do francês *entreprendre*, que significa se comprometer a fazer algo ou começar algo. A palavra “empreendedor” no dicionário da língua portuguesa quer dizer pessoa que se aventura a realização de coisas difíceis ou fora do comum.

O Caderno especial sobre gestão empresarial do Jornal A GAZETA (2003), acrescenta que um empreendedor é um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela; pessoa que compra e introduz inovações, assumindo riscos, seja de forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda de seus

produtos e/ou serviços, agregando novos valores; empregado que introduz inovações em uma organização, provocando surgimento de valores adicionais.

O empreendedorismo pode ser considerado também um fenômeno cultural, ou seja, fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas.

Quando se discorre sobre empreendedorismo estamos falando da mola propulsora da economia atual. Não existem mais carreiras e profissões, temos que desenvolver nossos próprios conhecimentos para podermos sobreviver no mundo sem empregos, afirma a consultora Larissa Machado da Técnica de Qualidade e Marketing LTDA (TQM).

1.3 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Para uma melhor compreensão da evolução do empreendedorismo no Brasil e no mundo necessita-se conhecer as origens do termo que nos possibilita estudar a velocidade do crescimento da prática no nosso país. As práticas empreendedoras estão presentes em todos cantos do mundo, com isso podemos verificar que cada país possui uma cultura empreendedora, e o Brasil teve algumas influências de imigrantes vindo de países da Europa. Conforme o SEBRAE (2005) o perfil do empreendedor nacional da maioria das empresas nasceu de imigrantes ou de filhos de imigrantes: primeiros os italianos e depois os alemães, durante e depois da Segunda Guerra Mundial.

De acordo com Dornellas (2001, p.25)

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidade com SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as micro e pequenas empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. O ambiente político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

O empreendedorismo nasce no Brasil trazendo consigo a esperança da evolução das práticas empreendedoras no país. Mas qualquer movimento que não tenha um fortalecimento o apoio das organizações governamentais são mais sujeitas ao fracasso, vendo ainda que a realidade econômica e política em que o país se encontrava não favorecia para o crescimento desse fenômeno.

Na evolução do termo para o país podemos destacar o surgimento de órgãos de suporte ao pequeno empresário brasileiro, tais como Serviço Brasileiro de Apoio as MPEs (SEBRAE). Segundo Dornellas o SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos

que oferecem esse apoio, oferecendo informações relacionadas aos passos para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio.

O SEBRAE descreve que:

O Sebrae é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. A instituição foi criada em 1972, como resultado de iniciativas pioneiras que tinham como foco estimular o empreendedorismo no país.

Surge também no país o Programa Nacional de Software para Exportação (SOFTEX), no ano de 1996, que tinha como objetivo posicionar as empresas de software do país no mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia.

A SOFTEX relata que:

No final de 1996, foi criada a Sociedade Brasileira para Promoção da Exportação de Software - Sociedade SOFTEX, uma organização não-governamental cujo objetivo social é o de executar, promover, fomentar e apoiar atividades de inovação e desenvolvimento científico e tecnológico de geração e transferência de tecnologias e notadamente de promoção do capital humano, através da educação, cultura e treinamento apropriados, de natureza técnica e mercadológica em Tecnologia de Software e suas aplicações, com ênfase no mercado externo, visando o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, através da inserção do país na economia mundial.

O pesquisador Dornellas (2001, p.25) complementa que:

Foi com os programas criados no âmbito da Softex em todo país, junto a incubadoras de empresas e a universidades / cursos de ciência da computação / informática, que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira. Até então, palavras como plano de negócios (*business plan*) eram praticamente desconhecidas e até ridicularizadas pelos pequenos empresários.

Devido às ações inteligentes dos nossos governos, possibilitaram com que a evolução do empreendedorismo soasse como uma oportunidade de crescimento para o país. Ao longo da história foram desenvolvidas algumas atitudes que deram sustentação ao assunto e fizeram com que o Brasil se tornasse uns dos países mais empreendedores do mundo se equiparando a países como Estados Unidos, Austrália, e outros. No Brasil temos percebido uma evolução considerável em relação às práticas empreendedoras.

Para Dornellas (2001), foram desenvolvidas ações recentes que apontam para o fortalecimento do empreendedorismo e levam o Brasil a essa direção.

Seguem alguns exemplos:

- Os programas Softex e Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços (GENESIS), que apóiam atividades de empreendedorismo em software estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software (*start-ups*).
- Ações voltadas à capacitação do empreendedor como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de um milhão de empreendedores em todo país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de oito bilhões de reais.
- Os diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em Engenharia de todo país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país presente em mais de duzentas instituições brasileiras.
- A recente explosão do movimento de criação de empresas de Internet no país motivando o surgimento de entidades como Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das ponto.com (empresas baseadas em Internet), concursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas *start-ups* de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores.
- Finalmente, mas não menos importante, o enorme crescimento do movimento de incubadoras no Brasil. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000, havia mais de 135 incubadoras de empresas no país, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1100 empresas incubadas, que geram mais de 5200 empregos diretos.

Segundo Dornelas (2001), no relatório executivo da GEM (2000), o Brasil aparece como o país que possui a melhor relação entre número de habitantes adultos

que começam um novo negócio e ao total dessa população: 1 em cada 8 adultos. Nos Estados Unidos essa relação é de 1 em cada 10; na Austrália, 1 em cada 12; na Alemanha, 1 em cada 25; no Reino Unido, 1 em cada 33; na Finlândia e na Suécia, 1 em cada 50; e na Irlanda e no Japão, 1 em cada 100. Destacamos então que o país possui números atrativos em relação aos países desenvolvidos, em contrapartida a prática empreendedora em nosso país não é realizada com a mesma eficiência que nos países ricos. A forma que o empreendedorismo é tratado no país que medirá a influência positiva que trará para economia.

Já Dornellas (2001, p.25) relata que:

[...] dependerá apenas dos brasileiros para ser desmistificado, é a quebra de um paradigma cultural de não valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerado riquezas, sendo eles os grandes empreendedores, que dificilmente são reconhecidos e admirados. Pelo contrário, muitas vezes são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros alheios à sua competência. Isso deverá levar ainda alguns anos, mas a semente inicial foi plantada. É necessário regá-la com zelo, visando à obtenção de um pomar com muitos frutos no futuro [...]

Inicia-se então uma luta que nos estimula a tentar compreender o que os homens de sucesso fazem e faziam para alcance de resultados que levaram suas organizações a se destacarem. É preciso criar a vontade de romper barreiras que nos impedem de criar, inovar, arriscar. Precisamos começar a valorizar a história do nosso país e entender que a evolução das práticas empreendedoras e o estudo das mesmas nos posicionarão de forma vantajosa em relação ao sonho de empreender.

2 EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE SÃO MATEUS/ES

2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS

Estudos referentes aos aspectos históricos do empreendedorismo em São Mateus são escassos e estão pulverizados em diferentes locais restritos da cidade. Devido a isso não é fácil ter acesso rápido a informações históricas que descrevem as atitudes e os comportamentos dos empreendedores do município, no passado.

Apesar de os estudos sistemáticos e continuados sobre empreendedorismo serem recentes, em São Mateus, o empreendedorismo começou no século XIV, a partir das atitudes e comportamentos dos primeiros colonizadores na região primitiva do atual município. A coragem e ousadia dos primeiros habitantes contribuíram para a criação dos primeiros empreendimentos rumentares da região e ajudou a desenvolver o município, criando uma condição importante para a região.

Nardoto e Lima (1999) prefaciando sua obra sobre a história do município de São Mateus relatam que durante suas pesquisas:

Vimos à ousadia dos empreendedores e governantes do passado que ousaram construir barragens para geração de energia; estaleiro para construção de navios; estrada de ferro para o desenvolvimento dos sertões e até a abertura de uma “barra nova” para esgotar os brejos do nativo.

Nota-se a partir do relato dos pesquisadores, que os antigos empreendedores mateenses atuavam em diferentes frentes para suprir as necessidades da cidade conforme carência da época. Todas as energias despendidas estavam voltadas para o desenvolvimento da cidade. Como conseqüência ocorreu avanços significativos para o município.

As análises dos aspectos históricos sobre o empreendedorismo em São Mateus apontam claramente que a cidade é e foi um dos mais importantes municípios do estado do Espírito Santo, devido a sua constante contribuição para o desenvolvimento estadual.

2.2 CARACTERÍSTICAS DA CIDADE DE SÃO MATEUS

Quando se pesquisa os aspectos históricos referentes a criação do município de São Mateus descobrem-se, conforme figura 01, diversas informações sobre os povos indígenas que ocuparam o antigo território mateense. São encontrados também relatos das batalhas que ocorreram durante no município durante o período de

colonização. A participação dos negros, a chegada dos imigrantes italianos no final do século XIX também é destacada na literatura mateense.

■ ■ **BATALHA.** No período de colonização, o então governador geral do Brasil, Mem de Sá, promove um massacre de índios para vingar a morte de seu filho Mem de Sá, em 1558.

■ ■ **FUNDAÇÃO.** A vila de São Mateus se tornou município por um ato provincial de 3 de abril de 1848. No entanto, se celebra o aniversário na data do padroeiro, São Mateus, e se festeja o início da colonização européia em 1544.

■ ■ **NEGROS.** Os escravos negros são peça-chave na história de São Mateus. Negros de Angola, Guiné, Bandu, Benguel e Cabidela desembarcaram no município através dos navios negreiros que atracaram no porto, sendo que a última embarcação clandestina foi presa na barra do Rio São Mateus em 1856 com 300 africanos. Até hoje se mantêm as tradições dos



descendentes de quilombos que se formaram na época da escravidão, por negros que desembarcaram no Porto de São Mateus. Ali mesmo, na praça, onde hoje há um monumento em homenagem aos negros existia um tronco onde muitos foram açoitados por diversas vezes.

■ ■ **ITALIANOS.** Com a abolição em 1888 chegou ao

Porto de São Mateus, no final do século XIX, o primeiro grupo de italianos que se instalou em Santa Leocádia, a 20 quilômetros da sede do município, a caminho de Nova Venécia. Eles foram os responsáveis por dar continuidade aos trabalhos na agricultura que era mantida pelo café, o açúcar e a farinha de mandioca.

Figura 1 – Aspectos Históricos de São Mateus
Fonte: Jornal A GAZETA

A cidade de São Mateus possui 464 anos, atualmente ela possui as seguintes características:

Características Geográficas	<p>Área: 2.343,251 km² População: 102,955 hab. est. 2006 Densidade: 43,9 hab./km² Altitude: 36 metros Clima: Tropical Aw Fuso-horário: UTC -3</p>
Aspectos Geográficos	<p>Gentílico: Mateense Estado: Espírito Santo Mesorregião: Litoral Norte Espírito-Santense Microrregião: São Mateus</p>
Indicadores	<p>IDH 0,730 PNUD/2000 PIB: R\$ 674.702.020,00 IBGE/2003 PIB: per capita R\$ 6.939,59 IBGE/2003</p>
Localização	<p>Distância: até a capital 220 km Limites: ao Norte: com os municípios de Conceição da Barra, Boa Esperança e Pinheiros; ao Sul: com Linhares, Jaguaré, Vila Valério e São Gabriel da Palha; ao Leste: com o Oceano Atlântico; ao Oeste: com Boa Esperança e Nova Venécia/ES.</p>
Hidrografia	<p>As Bacias que compõem a paisagem hidrográfica de São Mateus são as do rio Barra Seca, Rio Itauninhas e do rio São Mateus, mais conhecido como Rio Cricaré. O rio São Mateus é formado por dois braços: o rio Cotaxé ou rio do Norte, com 244 km de extensão, cuja nascente se localiza no município de Ouro Verde, em Minas Gerais, e o rio São Mateus ou Cricaré ou ainda Braço Sul, com 188 km, com sua nascente localizada no município de Itajubinha, também em Minas Gerais.</p>

QUADRO 1 – ASPECTOS DA CIDADE DE SÃO MATEUS/ES

Fonte: Prefeitura de São Mateus-ES, 18/10/2008 e IBGE.

3 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

3.1 A IMPORTÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PARA DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA *versus* ALTO ÍNDICE DE MORTALIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS

Podemos destacar que as MPEs têm desenvolvido um papel de grande importância no desenvolvimento de uma região. Na maioria dos países e também no Brasil as MPEs ocupam a grande maioria das unidades produtivas criadas. A partir do momento que a criação de novas empresas contribua para geração de empregos, desenvolvimento social e eficiência econômica essa atitude tem sido uma alternativa desejada por qualquer região que busque o crescimento.

Para a compreensão da amplitude de um negócio se faz necessário compreender a relação e definição de microempresas e empresas de pequeno porte, pois o empresário deve conhecer a magnitude de seu empreendimento e em qual ambiente ela se encontra, pois para cada formação empresarial existe uma classificação.

O parâmetro utilizado para distinguir as MPEs é o seu faturamento anual bruto. De acordo com Dornelas (2001) os empreendimentos são caracterizados microempresas se as mesmas possuírem um faturamento até R\$ 120.000,00 e as pequenas empresas faturamento anual bruto de R\$ 120.000,00 a R\$ 720.000,00.

Segundo a INFOPESSOAL (2007), o empresário é sinônimo de cautela. Ele consegue a empresa, porque a montou, comprou ou herdou, mas sua atuação limita-se a administrar a companhia da maneira em que ela está montada.

Seu estilo implica em atuações conservadoras, sem representar nenhum tipo de risco à empresa. Para colocar um projeto em prática, ele não demanda grandes esforços, porque não acredita em mudanças bruscas.

Para momentos em que é preciso dar equilíbrio à empresa ou depois de uma mudança na organização, o mais indicado é ter uma postura como esta. Afinal, o empresário saberia manter tudo como deve estar e não criaria nenhuma instabilidade.

De acordo com o IBGE (2003):

As principais características do micro e pequeno empresário brasileiro se resumem em: baixa intensidade de capital; altas taxas de natalidade e mortalidade empresarial; poder decisório centralizado; registros contábil-financeiros inadequados; mão-de-obra não qualificada; baixo ou nenhum investimento tecnológico; dificuldade no acesso ao capital de giro, dentre outras menos importantes.

Essas características, em sua grande maioria, também podem ser consideradas como problemas que contribuem para o alto nível de mortalidade dessas empresas.

As MPEs têm representado uma fatia muito grande dos empregos do país trazendo retornos econômicos consideráveis. Para o SEBRAE (2005) as MPEs representaram, em 2002, 99,2% do total de estabelecimentos, responsáveis por 52,8% dos empregos (comparado com 57,2% nos dados do IBGE). Como os dados não incluem os proprietários, sócios e trabalhadores por conta própria, o número total de pessoas ocupadas (20,8 milhões) é menor que nos dados do IBGE (27,5 milhões, além de distinções metodológicas entre as duas fontes). A diferença reflete-se principalmente no número de pessoas ocupadas nas microempresas, que na RAIS alcança 5,2 milhões e, no IBGE, 9,96 milhões.

Podemos destacar que não é apenas a economia formal que gera empregos, a economia informal tem uma representatividade considerável em relação geração de empregos, muito dos empreendedores formais tiveram seus momentos na economia informal.

O SEBRAE (2005) caracteriza a economia informal como:

Conforme a definição adotada pela ECINF de atividades informais, originada nas recomendações da Organização Internacional do Trabalho - OIT foram considerados empreendimentos informais na área urbana todos aqueles com até cinco empregados e os pertencentes a trabalhadores por conta própria, independentemente de possuírem ou não constituição jurídica. Esse conceito de informalidade procura refletir o conjunto de unidades caracterizadas por iguais modos de organização e de funcionamento, independentemente de sua condição legal. Dessa forma, uma parte das empresas constantes dos levantamentos da ECINF dispõe de registro no CNPJ da Receita Federal, mas como apresentam as mesmas características organizacionais das demais unidades, como a baixa escala de produção, organização contábil simples e quase nenhuma separação entre o capital e o trabalho, podem ser analisadas em conjunto com as empresas sem registro no CNPJ.

Na tabela abaixo destacamos pesquisa sobre economia informal no Brasil da Economia Informal Urbana (ECINF) 97 que estimou a existência de 9.477.973 empreendimentos informais. Os empregadores constituíam 14% desse total, sendo os demais 86% representados por trabalhadores por conta própria. O número total de pessoas ocupadas em todos os empreendimentos alcançava 12,9 milhões (tabela 3). Do total de empreendedores, 13,0% tinham constituição jurídica formal (nº CNPJ), enquanto 34,0% possuíam algum tipo de registro em órgãos municipais.

TABELA 2 - EMPRESAS DO SETOR INFORMAL, POR NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS, SEGUNDO OS GRUPOS DE ATIVIDADE – 1997.

Empresas do setor informal								
Grupos de atividade	Total	Número de pessoas ocupadas						
		Uma pessoa	Duas pessoas	Três pessoas	Quatro pessoas	Cinco pessoas	Mais de cinco pessoas	Sem declaração
Total	9.477.973	7.545.317	1.155.450	389.016	196.352	109.681	81.114	1.043
Indústrias de Transformação e Extrativa Mineral	1.126.654	830.676	143.202	70.372	29.215	34.674	18.210	304
Indústrias da Construção	1.479.674	1.280.539	143.324	30.401	14.400	6.616	4.393	-
Comércio de Mercadorias	2.465.993	1.848.917	380.763	118.070	65.148	29.614	23.309	172
Serviços de Alojamento e Alimentação	790.644	551.679	149.821	47.677	22.943	9.386	9.137	-
Serviços de Transporte	637.952	575.708	42.943	13.112	3.374	1.985	831	-
Serviços de Reparação, Pessoais, Domiciliares e de Diversões	1.882.630	1.627.384	153.416	53.370	29.054	8.454	10.435	517
Serviços Técnicos e Auxiliares	1.058.199	806.441	139.823	54.173	28.145	17.159	12.409	49
Outros Serviços	31.996	23.243	2.100	1.767	705	1.791	2.390	-
Sem declaração	4.232	730	59	74	3.369	-	-	-

Fonte: IBGE - Pesquisa Informal Urbana - ECINF 1997

Na tabela 3 abaixo destacamos tabela com informações referente ao número de empreendimentos informais e pessoas ocupadas nos estados. No estado do Espírito Santo temos 166.177 empreendimentos que relação ao Brasil representa

1,8%. São gerados 248.624 que em relação ao Brasil tem uma representatividade de 1,9%.

TABELA 3 - NÚMERO DE EMPREENDIMENTOS INFORMAIS E PESSOAS OCUPADAS NOS ESTADOS

Estados	Empreendimentos		Pessoas Ocupadas	
	Nº	%	Nº	%
Brasil	9.477.973	100,0	12.870.421	100,0
São Paulo	2.155.159	22,7	2.930.743	22,8
Minas Gerais	1.068.860	11,3	1.507.289	11,7
Rio de Janeiro	943.851	10,0	1.257.920	9,8
Bahia	698.190	7,4	892.444	6,9
Rio Grande do Sul	635.773	6,7	881.054	6,8
Paraná	558.863	5,9	773.212	6,0
Pernambuco	484.731	5,1	651.449	5,1
Ceará	439.933	4,6	601.825	4,7
Goiás	310.167	3,3	451.761	3,5
Santa Catarina	270.274	2,9	394.207	3,1
Pará	265.682	2,8	351.658	2,7
Paraíba	194.297	2,0	265.945	2,1
Maranhão	184.563	1,9	212.619	1,7
Espirito Santo	166.177	1,8	248.624	1,9
Mato Grosso do Sul	146.394	1,5	195.296	1,5
Mato Grosso	142.257	1,5	204.248	1,6
Piauí	140.823	1,5	174.271	1,4
Rio Grande do Norte	139.995	1,5	196.894	1,5
Alagoas	110.592	1,2	139.859	1,1
Amazonas	100.114	1,1	117.731	0,9
Sergipe	91.226	1,0	114.070	0,9
Distrito Federal	82.134	0,9	114.992	0,9
Rondônia	53.276	0,6	73.697	0,6
Tocantins	49.023	0,5	61.324	0,5
Acre	21.289	0,2	26.487	0,2
Amapá	15.967	0,2	20.747	0,2
Roraima	8.362	0,1	10.054	0,1

Fonte: IBGE - Pesquisa Informal Urbana - ECINF 1997

Segundo SEBRAE (2005) nas tabelas 4 e 5 abaixo podemos comprovar a importância na geração empregos e na contribuição para o crescimento de uma

economia das microempresas e empresas de pequeno responsáveis por maior número de estabelecimentos no período de 2002 e 2003.

TABELA 4 - NÚMERO DE ESTABELECEMENTOS, POR PORTE E SETOR 2002-2003.

	Micro		Pequena		Média		Grande		Total	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Indústria	506.325	518.712	35.320	36.086	7.654	7.788	1.322	1.378	550.621	563.964
Construção	173.446	170.795	8.752	8.329	1.603	1.501	153	152	183.954	180.777
Comércio	2.545.640	2.624.309	96.265	102.439	6.201	6.618	3.163	3.394	2.651.269	2.736.760
Serviços	2.047.881	2.151.033	111.724	115.065	13.349	13.579	11.977	12.186	2.184.931	2.291.863
Total	5.273.292	5.464.849	252.061	261.919	28.807	29.486	16.615	17.110	5.570.775	5.773.364

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais - RAIS-MTE
Inclui estabelecimentos empregadores e não empregadores

TABELA 5 - NÚMERO DE TRABALHADORES 2002-2003

	Micro		Pequena		Média		Grande		Total	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Indústria	1.096.618	1.118.754	1.444.624	1.472.990	1.575.193	1.601.074	1.526.506	1.605.215	5.642.941	5.798.033
Construção	293.886	274.091	355.886	339.002	304.208	283.427	152.370	151.731	1.106.350	1.048.251
Comércio	2.069.636	2.174.395	1.707.490	1.816.107	421.821	451.596	627.586	677.381	4.826.533	5.119.479
Serviços	1.777.891	1.825.866	2.213.370	2.280.110	916.310	932.424	4.274.981	4.340.166	9.182.552	9.378.566
Total	5.238.031	5.393.106	5.721.370	5.908.209	3.217.532	3.268.521	6.581.443	6.774.493	20.758.376	21.344.329

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais - RAIS-MTE
Representa o estoque de trabalhadores ativos em 31/12 de cada ano

É nítido o ganho social e econômico que a criação de novas empresas traz para uma região podemos verificar na Tabela 6 do SEBRAE (2007) de 1.412.343 empresas constituídas no triênio 2003–2005, 993.985 empresas mantiveram-se em atividade, ou seja, 70,37% das que se constituíram no período permanecem no

mercado. Pressupõem-se ganho potencial da ordem de R\$ 155,8 bilhões de inversões na atividade econômica por estas empresas

TABELA 6 - GANHOS SOCIOECONÔMICOS ADVINDOS DA TAXA DE SOBREVIVÊNCIA EMPRESARIAL NO BRASIL

Ano de constituição	Empresas ativas	Empregos mantidos	Faturamento (*) em reais	Faturamento x empresas
2003	300.267	2.702.403	145.095,56	43.567.408.514,52
2004	314.158	3.047.332	148.602,14	46.684.551.098,12
2005	379.560	3.378.084	172.788,03	65.583.424.666,80
TOTAL	993.985	9.127.819	-	155.835.384.279,44

Fonte SEBRAE (2007)

Mesmo que alguns empreendedores não tenham sucesso no sonho de empreender um negócio bem estruturado que traga resultados positivos, muitos empreendedores voltam a empreender. Vencidos pela vontade de se tornarem empresários bem sucedidos, o fracasso não representa uma derrota definitiva e sim estímulo e aprendizado aos próximos objetivos como empreendedor.

Para o SEBRAE (2007)

Das 436.358 empresas que encerraram as atividades, no triênio, 20% recuperaram 100% dos recursos aplicados em 2003, 19% em 2004 e 13% em 2005. Ademais, há um intenso dinamismo na criação de novas empresas pelos próprios empresários que fecharam a firma anteriormente, ou seja, indagados que atividades exerceram após o fechamento da empresa, 39% afirmaram ter aberto outra empresa em 2005, 25% o fizeram em 2004 e 20% em 2003.

Segundo Ronald Degen (2004, p.9)

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é liberação da criatividade dos empreendedores, através de livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

As grandes mudanças dos cenários socioeconômicos mundiais através do surgimento de novos nichos de mercados, a globalização, surgimento de novas tecnologias na área da informática e informação tem estimulado os empregados e trabalhadores informais investir em seus sonhos de se tornarem empreendedores, mas podemos destacar que em alguns dos casos essas atitudes são tomadas de

forma errada e podemos destacar dados estatísticos alarmantes em relação a tal procedimento.

Segundo o SEBRAE (2005) cerca de 49,9% das empresas encerram suas atividades com até 2 anos de existência e 56,4% com até 3 anos e por fim 59,9 % não suportam se manter no mercado no período de 4 anos. Podemos analisar que muitas empresas não conseguem manter-se no mercado e muito cedo fecha suas portas.

Na Tabela 7 podemos analisar o índice de mortalidade das empresas no ano de 2000 a 2002 separadas por regiões, destaco que o maior índice se encontra na região Sul e o menor na região norte e ao passar dos anos essa realidade tem mudado.

TABELA 7 – ÍNDICE DE MORTALIDADE POR REGIÕES

Ano de Constituição	REGIÕES					Brasil (%)
	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte	Centro-Oeste	
2002	48,9	52,9	46,7	47,5	49,4	49,4
2001	56,7	60,1	53,4	51,6	54,6	56,4
2000	61,1	58,9	62,7	53,4	53,9	59,4

Fonte: Boletim Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil, SEBRAE; 2004.

A realidade do Brasil tem mudado em relação à mortalidade das empresas, pois os empreendedores têm tido acesso a bem mais informações que ofereçam o caminho de oportunidades que tragam retorno para o sucesso do negócio. Para o SEBRAE (2003-2005) os empresários estão mais bem qualificados e com experiência, obtida, em sua maioria, em empresas privadas. Apresentam-se mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado, quando se observa que o percentual de empresários que identificou uma oportunidade negócio cresceu de 15% no triênio passado para expressivos 43% em 2005.

Com as políticas governamentais bem estabelecidas e algumas vantagens tem sido um fator propulsor do aumento dos pequenos negócios.

Para o SEBRAE (2005):

A redução e o controle da inflação, a gradativa diminuição das taxas de juros, o aumento do crédito para pessoas físicas e o aumento do consumo, especialmente das classes C, D e E, propiciaram um período favorável ao desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil.

4 O PERFIL EMPREENDEDOR

4.1 O EMPREENDEDOR

O empreendedor é um personagem muito importante no mundo dos negócios. Ele detém a premissa básica de se cuidar e inovar, quando necessário, as atividades pertinentes a ele, contribuindo para geração de riquezas; transformação de conhecimentos e bens em novos produtos; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. O empreendedor é visto também – no cenário econômico - para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existia.

A figura do empreendedor não é recente. Eles estão presentes no meio da sociedade, contribuindo para o desenvolvimento das suas diferentes esferas.

Filion relata que:

O empreendedor é uma pessoa criativa (...) marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos (...) e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. (...) Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios (...) e a tomar decisões moderadamente arriscadas (...) que objetivaram a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (...) Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. (FILION, 1999, p.19).

Dolabela (1999, p. 67) citando Filion (1991) descreve no seu livro Oficina do Empreendedor que o significado da palavra empreendedor muda de acordo com o país e a época. Segundo ele:

No fim do século 17, empreender era “firme resolução de fazer qualquer coisa”. No século 19 e no início do século 20, o termo designava os grandes capitães de indústria, tais como Ford nos EUA, Peugeot na França, Cadbury na Inglaterra, Toyota no Japão. Atualmente, significa a atividade de toda pessoa que está na base de uma empresa, desde o franqueado, um dono de uma oficina mecânica, até aquele que criou e desenvolveu uma multinacional. (DOLABELA 1999, p. 67)

De acordo com relato de Dantas, Santos, Oliveira, Barreto, Milito:

“A partir de um levantamento das características do empreendedor, os estudiosos desenvolvem seus instrumentos para identificar o perfil empreendedor dos indivíduos. Contudo, apesar de tantos trabalhos desenvolvidos no mundo inteiro, os pesquisadores ainda não chegaram a uma conclusão a respeito de um perfil ideal do ser empreendedor”. (DANTAS, SANTOS, OLIVEIRA, BARRETO, MILITO, 2005, p. 4980).

Muitos autores, tais como (Sexton e Bowman, 1984; Kirby, 2004; Dolabela, 1999; Ulrich e Cole 1987) e outros, definem o empreendedor como uma pessoa que

possui um conjunto de características empreendedoras que os impulsiona a realizarem seus projetos, a identificar novas oportunidades no mercado, a assumirem riscos calculados. Empreendedores na visão desses pesquisadores possuem várias outras características arrojadas que os diferenciam das demais pessoas da sociedade.

Já Cielo (2001, p.25) citando Lezana e Tonelli (1998) relata que:

Inúmeros aspectos envolvem a figura do empreendedor e sua relação com a empresa, não existindo um protótipo de empreendedor ou mesmo de personalidade empreendedora. Porém, uma forma bastante usada para focalizar as características ou traços de personalidade esperados dos empreendedores é a partir do estabelecimento de um perfil empreendedor.

4.2 TIPOS DE EMPREENDEDOR

Podem existir diferentes tipos de empreendedores, cada qual com um conjunto específico de características comportamentais empreendedoras. Afirmam Timmons et al (apud KIRBY, 2004, p.513).

Os autores SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16); Robert Young (apud BARCIA et al., 2000) descrevem os vários tipos de empreendedores, destacando-os como:

- Técnico: sendo aquele que necessita iniciar um negócio para exercer seu ofício;
- Tecnológico: que se associa ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou processo inovador;
- Oportunista: que estabelece, fomenta, compra empreendimento em resposta a uma oportunidade;
- Empregado: ou que inicia um negócio motivado pela liberdade, independência ou outros valores que um empreendimento torna possíveis;
- Empreendedor por necessidade, representado pelo indivíduo que realiza negócios, geralmente de natureza informal, pelo fato de não encontrar opções melhores de trabalho.

A revista “Meu Primeiro Negócio” (ANO 5, Ed. 57, p.20), descreveu as características do empreendedor serial. Segundo a revista,

Este empreendedor é conhecido por não se contentar em abrir apenas um negócio próprio. O serial pode ser aquele que inicia uma empresa,

cuida dela por um período e, depois, segue para uma nova iniciativa, ou alguém que administra vários negócios ao mesmo tempo. O mais importante para esse tipo de empreendedor é não deixar as oportunidades passarem.

Uma conceituação muito difundida e utilizada é a proposta do GEM, divulgada anualmente em seus relatórios. O relatório, referente ao ano de 2005, classifica os empreendedores independentes quanto ao estágio de seus negócios, dividindo-os em iniciais e estabelecidos:

- **Empreendedores iniciais:** Aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período em que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento. Esses empreendedores (...) subdividem-se em dois tipos: **nascentes:** aqueles à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. **e novos:** seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses.
- **“Empreendedores estabelecidos:** Aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses (GEM, 2006)”.

Já Voltolini (2004) fornece a definição do perfil do empreendedor social, segundo o autor o perfil deste tipo de empreendedor inclui a obsessão pela mudança, a capacidade de antever tendências e problemas, e inventividade, a liderança e a capacidade de empreender e liderar uma organização.

Tipos	Descrição	Autor
Técnico	Aquele que necessita iniciar um negócio para exercer seu ofício	SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)
Tecnológico	Aquele que se associa ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou processo inovador	SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)
Oportunista	Estabelece, fomenta, compra empreendimento em resposta a uma oportunidade	SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)
Empregado	Que inicia um negócio motivado pela liberdade, independência ou outros valores que um empreendimento torna possíveis	SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)
Empreendedor por necessidade	Representado pelo indivíduo que realiza negócios, geralmente de natureza informal, pelo fato de não encontrar opções melhores de trabalho.	SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)
Empreendedor	Empreendedor é conhecido por não se contentar em abrir	Revista “Meu

Serial	apenas um negócio próprio. O serial pode ser aquele que aquele que inicia uma empresa, cuida dela por um período e, depois, segue para uma nova iniciativa, ou alguém que administra vários negócios ao mesmo tempo. O mais importante para esse tipo de empreendedor é não deixar as oportunidades passarem.	Próprio Negócio” (ANO 5, Ed. 57, p.20),
Empreendedor Inicial	São aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período em que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento. Esses empreendedores subdividem-se em dois tipos, conforme abaixo: <u>Nascentes</u> : aqueles à frente de negócios em implantação buscam de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. <u>Novos</u> : seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses.	Global Entrepreneurs hip Monitor – GEM (2006)
Empreendedores estabelecidos	Aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses	
Empreendedores Sociais	Segundo o autor o perfil deste tipo de empreendedor inclui a obsessão pela mudança, a capacidade de antever tendências e problemas, e inventividade, a liderança e a capacidade de empreender e liderar uma organização	VOLTOLINI (2004)
Intra-empresendedores	Os intra-empresendedoras são todos os “sonhadores que realizam”; aqueles que assumem a responsabilidade pela criação de inovações de qualquer espécie dentro de uma organização. O intra-empresenedora pode ser o criador ou o inventor,mas é sempre o sonhador que concebe como transformar uma idéia em uma realidade lucrativa (Pinchot III, 1989).	URIARTE (2000) apud (Pinchot III, 1989).

QUADRO 2 – TIPOS DE EMPREENDEDORES

Fonte: Elaborado pelos autores do TCC

Como podemos perceber, para descrever o perfil dos empreendedores é preciso considerar diversas variáveis para realizar uma avaliação adequada do perfil do empreendedor.

4.3 PERFIL EMPREENDEDOR

O SEBRAE (1998) menciona que o perfil do empreendedor configura a imagem da empresa, os valores e o comportamento social da firma.

Atualmente quando se pretende estabelecer o perfil do empreendedor, a literatura administrativa demonstra que muitos autores encontram respostas analisando as características peculiares dos empreendedores. Assim, podemos perceber que perfil é a descrição de uma pessoa em traços mais ou menos rápidos.

Atualmente estabelecer o perfil do empreendedor é muito importante, pois podem trazer benefícios comportamentais e econômicos para o empreendimento.

Em suas pesquisas sobre o assunto, Cielo (2001 p. 24) menciona que:

Nos estudos sobre empreendedorismo, estabelecer perfil é uma prática valorizada e disseminada (...). Há muita concordância entre os cientistas sobre as características dos empreendedores de sucesso: traço de personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios. Para PEREIRA e SANTOS (1995, p. 45), toda pessoa é fruto de uma relação constante entre talentos e características que herdou e os vários meios que freqüentou durante a vida.

O contato com o ambiente familiar, da escola, de amigos, do trabalho e da sociedade possibilita o desenvolvimento de algumas características de personalidade e talentos e ao mesmo tempo pode bloquear ou enfraquecer outros. Esse processo ocorre ao longo da vida dos indivíduos através das circunstâncias que se depara e que fazem parte de sua história. De modo geral as principais características dos empreendedores podem ser agrupadas em: necessidades, conhecimentos, habilidades, valores e atitudes, contexto social e história familiar.

Já Ramos & Filho dizem que:

Uma auto-análise das capacidades e habilidades, bem como o melhor negócio para o seu estilo pessoal, pode ser muito útil para viabilizar o sucesso do empreendedor, facilitando a entrada em um negócio do qual pouco se conhece e, dessa maneira, minimizando o próprio risco do novo negócio.

De acordo com o SENAC (2005), o caráter do empresário e seu perfil empreendedor são fatores decisivos para que instituições financeiras concedam crédito.

Visando fomentar o assunto no município, descrever o perfil empreendedor dos empresários mateenses, contribuirá para o enriquecimento da literatura da cidade sobre o assunto pesquisado e a possibilidade de confecção de indicadores sociais, que permitirá mensurar através de comparações, o comportamento empreendedor dos mateenses, permitindo avaliar se o perfil empreendedor mateense se apresenta com conformidade com modelos encontrados nas literaturas contemporâneas.

4.3.1 Características dos Empreendedores

Quem já teve a oportunidade de estar perto de um empreendedor, possivelmente percebeu algumas características que eles possuem e que aparentemente não facilmente encontradas em qualquer pessoa. Os empreendedores possuem sua característica comum às quais diversos pesquisadores denominam "Características Empreendedoras". Ao estudar as literaturas administrativas sobre esse assunto percebe-se que os vários autores identificam em média, pelo menos 14 características. Isso comprova a existência das mesmas. Carland et al (1984) mostram que houve diferentes abordagens das características empreendedoras no decorrer do tempo, conforme quadro abaixo, que vem a ser uma listagem das

principais características comportamentais empreendedoras citadas na literatura:

TABELA 8 – EVOLUÇÃO CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS NO DECORRER DO TEMPO

Ano	Autor	Características
1848	Mill	Tolerância ao risco
1917	Weber	Origem da autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1954	Sutton	Busca de responsabilidade
1959	Hartman	Busca de autoridade formal
1961	McClelland	Gosta de correr risco e necessidade de realização
1963	Davids	Ambição, desejo de independência, responsabilidade e auto-confiança.
1964	Pickle	Relacionamento humano, habilidade de comunicação, conhecimento técnico.
1971	Palmer	Avaliador de riscos
1971	Hornaday e Aboud	Necessidade de realização, autonomia, agressão, poder, reconhecimento, inovação, independência.
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Controle interno
1974	Liles	Necessidade de realização
1977	Gasse	Orientado por valores pessoais
1978	Timmons	Autoconfiança, orientado por metas, corre riscos moderados, centro de controle, criatividade, inovação.
1980	Sexton	Energético, ambicioso, revés positivo.
1981	Welsh e White	Necessidade de controle, visa responsabilidades, autoconfiança, corre riscos moderados.
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado ao crescimento, profissionalização e independência.

Fonte: Carland (1984)

As características que o empreendedor bem-sucedido deve ter ou tem que desenvolvê-las ou apenas aprimorá-las, de acordo com Cruz, Forner e Libermann (2003), utilizando-se de McClelland (1962), Timmons (1978), Meredith, Nelson e Neck (1982), Hornaday (1982), Kets de Vries (1985) e Dornelas (2001) são:

TABELA 9 - CARACTERÍSTICAS FREQUENTEMENTE ATRIBUÍDAS AOS EMPREENDEDORES DE SUCESSO

(continua)

Característica	MCCLELLAND (1962)	TIMMONS (1978)	MEREDITH, NELSON E NECK (1982)	HORNADAY (1982)	KETS DE VRIES (1985)	DORNELAS (2001)
Inovação	X			X	X	X
Liderança				X	X	X
Analisar riscos	X	X		X	X	X
Independência	X		X	X		X
Criatividade				X		X

TABELA 9 - CARACTERÍSTICAS FREQUENTEMENTE ATRIBUÍDAS AOS EMPREENDEDORES DE SUCESSO

(conclusão)

Característica	MCCLELLAND (1962)	TIMMONS (1978)	MEREDITH, NELSON E NECK (1982)	HORNADAY (1982)	KETS DE VRIES (1985)	DORNELAS (2001)
Autoconfiança	X		X	X		X
Orientação para Resultados	X	X	X			X
Originalidade/iniciativa		X		X		
Otimismo			X			X
Flexibilidade			X			
Habilidade para conduzir situações		X	X			X
Necessidade de realização	X		X		X	X
Envolvimento a longo prazo	X		X			
Capacidade de aprendizagem		X				X
Agressividade		X				
Comprometimento	X					X
Planejamento		X				X
Possuir redes de contatos						X
Criar valor para a sociedade						X
Necessidade de controle					X	

FONTE: Cruz, Fomes e Libermann (2003)

Os pesquisadores Uriarte, Lapolli, Barcia e Bastos (2007, p. 03), dizem que dificilmente encontra-se um empreendedor com todas as características empreendedoras. Eles defendem que:

Elas representam apenas um referencial que possibilita sua auto-avaliação, a partir da qual você terá condições de definir seus pontos fortes e fracos e optar por um programa de aperfeiçoamento pessoal, visando, principalmente, eliminar suas deficiências.

Além disso, tal avaliação poder ser útil na escolha de um sócio. O escolhido deve apresentar um perfil complementar ao seu, de modo a superar suas deficiências e conseguir o sucesso. (...) Neste contexto, pode-se concluir que, para ser um bom empreendedor, o indivíduo tem de buscar o desenvolvimento das capacidades que foram descritas, e trabalhar, trabalhar e trabalhar.

4.4 NECESSIDADES DOS EMPREENDEDORES

O empreendedor desenvolverá suas habilidades e atividades de acordo com o suprimento das suas necessidades, sejam elas as consideradas mais básicas ou até as mais complexas.

Torna-se importante para o empreendedor se conscientizar que ele possui necessidades fisiológicas, fatores relacionados à segurança, necessidades e preocupações sociais, incluem também nesse *hall* de necessidades aspectos relacionados à estima, ou seja, precisão de reconhecimento e aprovação dos outros e por fim os fatores pertinentes a auto-realização. Esses fatores impactarão diretamente nas suas atividades empreendedoras. Dessa forma, descobrir as necessidades dos empreendedores permite compreender o seu comportamento e também como isto repercute em sua atividade empresarial.

Como qualquer ser humano, os empreendedores possuem necessidades e precisam de determinados elementos supridos para ter a condição de empreender seus projetos.

Abraham Maslow, afirma que existe uma hierarquia de necessidades, e apresentou um esquema interessante para explicar a força de algumas necessidades. Segundo Maslow parece haver uma hierarquia em que se organizam as necessidades humanas. Esse esquema é apresentado na figura a seguir:



Figura 2: A hierarquia das necessidades de Maslow

Necessidades de Maslow. Fonte: disponível no site:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:Hierarquia_das_necessidades_de_Maslow.svg, 2008.

De acordo com a visão de Maslow (2000), as necessidades se caracterizam como:

- **Fisiológicas:** consideradas mais básicas, como alimentação e habitação.
- **Segurança:** voltadas à proteção do indivíduo contra ameaças.
- **Sociais:** necessidade de pertencer e ser aceito, ter afeto e carinho.
- **Necessidades de Estima:** relacionadas ao reconhecimento e aprovação dos outros.
- **Necessidades de Auto-Realização:** diz respeito à superação dos próprios limites

Para Birley e Westhead (1992) as principais necessidades dos empreendedores são:

Necessidade	Descrição
Necessidade de Aprovação:	Identificada na maioria das pessoas, só que ressaltada na figura dos empreendedores. O empreendedor vê o novo negócio como uma oportunidade para obter sucesso e ser reconhecido por isto. Geralmente ele deseja o “status”, o respeito dos amigos, o prestígio da família e a alta posição social que é proporcionada a ter resultados positivos com a empresa.
Necessidade de Independência	Apesar do elevado comprometimento e responsabilidade exigidos, o empreendedor tem a expectativa de liberdade e flexibilidade de normas e de horários, tomando para si o controle da sua vida pessoal e profissional. Como empreendedor, imprime o seu modo de trabalho e determina os direcionamentos que a empresa deve seguir a cada problema ou oportunidade.
Necessidade de Desenvolvimento Pessoal:	Referem-se à necessidade de desenvolver seus potenciais e habilidades, de buscar novos conhecimentos, de inovar, de estar sempre acompanhando as e à frente das mudanças exigidas pelo mercado. A inadequação ou insatisfação com o trabalho desempenhado enquanto funcionário de uma empresa é também um dos fatores que levam o empreendedor a buscar o seu desenvolvimento pessoal através da implementação de um novo negócio. Mesmo tendo habilidades, ele terá que aprender a gerenciar pessoas e recursos, a lidar com fornecedores e necessidades dos clientes, a estabelecer comunicação mercadológica, entre outras funções, que acabam por promover seu desenvolvimento pessoal.
Necessidade de Segurança:	Necessidade de proteção dos perigos e ameaças advindos do meio. Uma das necessidades do empreendedor é a questão da segurança financeira, por diminuir o perigo de desemprego e aumentar a possibilidade de obter maiores rendimentos,

	apesar dos riscos elevados que a maior parte dos empreendimentos apresenta. Neste caso, a insegurança estará presente a partir do momento em que o empreendedor não conseguindo superar as circunstâncias impostas pelo mercado enfrenta a possibilidade de fracassar em sua iniciativa.
Necessidade de Auto-realização:	É o aperfeiçoamento dos desempenhos e realizações, por meio da maximização dos potenciais. É a necessidade de superação, de triunfar sobre os obstáculos apresentados, de colocar à prova suas habilidades e sua capacidade de gerir um negócio. O empreendedor sente-se realizado ao conseguir trabalhar com o que lhe dá prazer, ao maximizar seu potencial e ainda obter receita e reconhecimento com isso.

QUADRO 3 – NECESSIDADES DOS EMPREENDEDORES

Fonte: Elaborado pelos autores do TCC

4.5 HABILIDADES DOS EMPREENDEDORES

Não são todas as pessoas que estão aptas para empreender. Nem todas são capazes e possuem competência. Para empreender faz-se necessário de habilidades que formam um conjunto de aptidões e capacidades que o empreendedor pode adquirir ou desenvolver durante a sua formação profissional, para obter êxito no empreendimento, configurando-se um processo contínuo. Cielo (2002, p.41).

As habilidades são fundamentais para o bom desempenho do empreendedor. Em suma, CIELO (2002, p.41) apud Maximiano (1995 p.76), define habilidade com “competências para desempenho de tarefas”.

Já para Dornellas (2001, p.39), as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas:

ÁREA	DESCRIÇÃO
Técnica:	As habilidades técnicas envolvem saber escrever, saber ouvir as pessoas e captar informações, ser um bom orador, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir <i>know how</i> técnico na sua área de atuação.
Gerencial:	Incluem “as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa: <i>marketing</i> , administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador.
Características pessoais:	Ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário. Normalmente um bom empreendedor, não necessariamente é um bom administrador, em geral trata-se de alguém centralizador, porque acredita ser melhor trabalhar sozinho. O empreendedor é criativo e bem disposto, sempre volta suas energias para obter resultados, atingir metas, independente do que esteja fazendo.

QUADRO 4 - HABILIDADES DOS EMPREENDEDORES

Fonte: Elaborado pelos autores do TCC

4.6 FATORES SÓCIO-ECONÔMICOS QUE INFLUENCIAM NA FORMAÇÃO DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

O comportamento empreendedor não nasce pronto, pelo contrário, ele é fruto do meio ambiente em que a pessoa vive o tipo de educação recebida pelos pais, o jeito de ser e agir da família e as experiências vividas tanto na infância quanto na adolescência, todas essas variáveis supracitadas impactam e contribuem para formar o comportamento do empreendedor.

Esses traços típicos se desenvolvem de diferentes formas devido ao ambiente social e cultural no qual o indivíduo está inserido. O comportamento empreendedor pode ser ainda, estimulado ou desenvolvido e maximizado desde que influenciado por um processo de treinamento ou ensino (GREATTI e SENHORINI, 2000; YOUNG (1971 apud OLIVEIRA e GUIMARÃES, 2003)).

Oliveira e Guimarães (2003, p.4) completam que:

Variáveis como a crença religiosa, a experiência prévia no negócio, a influência e estímulos familiares, amigos e mentores, a história de vida imigração forçada, desemprego e demissões, dentre outras experiências consideradas de mudanças forçadas nas vidas das pessoas (...) indicam representar elementos que podem agir como propulsores ou facilitadores ao empreendedorismo.

Para Hersey e Blanchard (1977), à medida que um indivíduo amadurece, desenvolve padrões de hábitos ou respostas condicionadas a vários estímulos. A soma de tais padrões de hábitos, como são percebidos pelos outros determinam sua personalidade.

Ter comportamento empreendedor faz toda a diferença afirma o Administrador de Empresa, Carlos Frederico Corrêa Ferreira¹. Ela relata no seu artigo, que empreender, antes de tudo, é aprender a se comportar em um ambiente altamente competitivo e cheio de oportunidades e ameaças. É adquirir o tão falado “comportamento empreendedor”.

Claramente poderemos perceber que diversos fatores contribuem para formar o comportamento dos empreendedores. Essas notáveis pessoas são forjadas por diferentes fatores.

¹ Carlos Frederico Corrêa Ferreira é administrador de empresas, consultor em gestão e abertura de novos negócios, sócio gerente da Iopen Desenvolvimento Empresarial, Diretor do Clube do Empreendedor de Juiz de Fora e professor de empreendedorismo.

Devido aos estudos sistêmicos e continuados sobre empreendedorismo, atualmente é possível identificar o perfil dos empreendedores de sucesso, baseando-se principalmente nos comportamentos dos empreendedores.

As diversas pesquisas realizadas mostram que os empreendedores possuem comportamentos diferenciados na sociedade. Segundo Martinelli (2008), “Em uma pesquisa comandada pelo psicólogo David McClelland (Universidade de Harvard), que teve como objetivo descobrir se existiam características comuns entre os empreendedores de sucesso”.

O estudo demorou 03 anos e foi realizado em 34 países. As conclusões deste trabalho foram surpreendentes: a primeira delas é que não existe diferença de conhecimento significativa entre os empreendedores de sucesso e os que fracassam. Porém, ficou nítido que o grupo bem sucedido possui características comportamentais bem distintas. Quem empreende uma tarefa e obtém êxito normalmente age de forma peculiar dos demais. Este padrão identificado na maioria dos pesquisados foi exaustivamente estudado e hoje são conhecidos como comportamentos empreendedores. DAVID MCCLELLAND (2008).

Como podemos perceber, para descrever o perfil dos empreendedores é preciso considerar diversas variáveis. Mesmo sendo possível definir o perfil das pessoas que pretendem empreender, os pesquisadores URIARTE, LAPOLLI, BARCIA E BASTOS (2007, p. 04) e RAMOS & FILHO alertam que é impossível engessar um único perfil empreendedor. Os autores afirmam que não existe um protótipo de empreendedor, ou de personalidade empreendedora.

5 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa norteia o estímulo à busca de informações que contribuam para evolução de uma pesquisa, propondo caminhos que faz do trabalho do pesquisador algo mais dinâmico. Para Marconi e Lakatos (2000, p. 253), “O método consiste em uma série de resolver determinado problema ou explicar um fato por meio de hipóteses ou teorias que devem ser testadas experimentalmente e podem ser comprovadas ou refutadas”. De outra forma, para Gil (1999, p. 26) é o caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnico adotado para se atingir o conhecimento. Podemos destacar que o pesquisador não pode se restringir apenas às referências acadêmicas é indispensável o desenvolvimento de métodos que amparem ao desenvolvimento da investigação.

- Caracterização da pesquisa
- População e amostra da pesquisa
- Técnicas de coletas de dados

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

No intuito de confinar e viabilizar a pesquisa dentro de um limite de espaço e recursos que contribuam para sua realização optamos por analisar um universo compreendido aos micro e pequenos empresários que possuem suas respectivas empresas ativas no município de São Mateus/ES.

No intuito da compreensão do limite do universo das empresas, foram pesquisadas empresa comerciais ativas do município. Este tipo de organização conceitua-se como: empresa que permanece no mercado exercendo o seu objeto social para a qual foi legalmente constituída.

Ao conseguirmos definir o tipo de empresa que vamos pesquisar, resolvemos utilizar uma entrevista exploratória e descritiva objetiva para a facilitação da tabulação dos dados levantados.

Para Gil (1999, p. 43 - 45) “a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vistas à formulação de problemas mais precisos ou hipótese, pesquisáveis para estudos

posteriores”, enquanto que “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

A escolha da entrevista exploratória nos possibilitou ao entrevistarmos os empreendedores diferenciar de forma bem clara o perfil empreendedor de cada um, o diálogo foi muito utilizado possibilitando os empreendedores contar sua experiência empresarial na sua jornada, com isso podemos ampliar nossa visão em relação ao mercado.

5.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

5.2.1 Definição da população

No estudo das micro e pequenas empresas é necessário estruturarmos nosso trabalho a análise das empresas que para o (IBGE, 2001) é uma unidade jurídica caracterizada por uma firma ou razão social, que engloba o conjunto de atividades econômicas exercidas em uma ou mais unidades locais. Assim definimos que a nossa unidade de estudos será empresa.

Tendo em vista que a maior parte dos empreendedores inicia seus negócios estabelecendo uma MPE, escolhemos como população objeto de estudos, as micros e pequenas empresas comerciais ativas do município de São Mateus/ES, de onde tiramos uma pequena amostra.

Com isso, segundo e-mail da Junta Comercial do Estado do Espírito Santo tem na cidade de São Mateus/ES 2573 empresas cadastradas caracterizada como micro e pequenas empresas.

Apesar de reconhecermos que muitos empreendedores iniciam seus negócios informalmente, pesquisamos apenas empresas que tenham registro Cadastro Central de Empresas da Junta Comercial do Estado do Espírito Santo, uma vez que não existem meios apropriados para se estudar estatisticamente negócios informais.

5.2.2 O tipo da amostragem

Adotamos na nossa pesquisa o tipo de amostragem como probabilística, faremos um levantamento das coletas e estruturaremos e mostraremos em gráficos todas as informações.

Segundo Gil (2000, p. 1), “as pesquisas sociais abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, nas pesquisas sociais é muito freqüente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos de compõem o universo”. Diante disso adotamos o tipo de amostragem probabilística.

5.3 TÉCNICAS DA COLETA DE DADOS

A técnica estabelecida pelos pesquisadores foi à utilização de um formulário previamente elaborado baseado em relatórios e orientações de estudiosos como Dornelas (2001) e aproveitamos orientação referente à maneira correta de se entrevistar empreendedores com o pesquisador Dolabela (1999).

Para Gil (1999) “o formulário pode ser definido como a técnica de coleta de dados em que o pesquisador formula questões previamente elaboradas e anota as respostas”.

Para testarmos a aplicabilidade da pesquisa e a percepção de alguns erros entrevistamos 3 (três) administradores tendo em vista a anulação de falha durante as entrevistas.

Constatado a segurança de nenhuma dúvida quanto ao formulário e sua estruturação, fomos para o campo de posse dos formulários para pesquisarmos os empresários por meio de visitas agendadas e ao mesmo tempo pesquisamos empreendedores próximos não necessariamente nas suas empresas.

A entrevista foi realizada com 40 (quarenta) empreendedores onde os entrevistados marcavam e respondiam as questões objetivas, percebemos que existiam alguns empreendedores com maior grau de instrução que respondiam as perguntas com maior facilidade, e no caso de dúvidas estávamos dispostos a esclarecê-las. As pesquisas eram concluídas em média em 50 minutos.

O trabalho de campo foi desenvolvido entre o período de 15/10/2008 a 03/11/2008, período em que foi possível levantar os dados necessários para a continuidade do estudo.

Dividimos nossas entrevistas em 04 (quatro) etapas. No primeiro momento identificamos informações referentes às suas origens e desenvolvimento social. Na etapa 02 (dois) analisamos sua visão empreendedora a respeito do tema em questão. Na etapa 03 (três) os empresários fizeram uma auto avaliação de algumas características referente ao comprometimento e determinação, obsessão pelas oportunidades, tolerância ao risco, ambigüidade e incerteza, criatividade, autoconfiança e habilidades de adaptação, motivação e superação, liderança e defiram também o tipo de empreendedor que mais se relaciona com a sua pessoa. Na etapa 04 (quatro) finalizamos nossa pesquisa com perguntas referentes à contribuição do empreendedorismo para o município.

Limitamos a nossa pesquisa nos seguintes aspectos ao qual devem ser considerados:

Primeiramente consideramos que a pesquisa e o estudo foram aplicados apenas aos empreendedores do município de São Mateus/ES. Em seguida limitamos nossa amostra a 40 empresas ativas, ou seja, empresas que estejam atuando no comércio e desenvolvendo uma contribuição econômica e social para município.

Consideramos em nosso trabalho estudos conexos ao perfil empreendedor, história do empreendedorismo no Brasil, comportamento empreendedor, a importância das micro e pequenas empresas para uma nação e a pesquisa de mercado.

Enfim, este estudo procurou cooperar para um melhor entendimento do empreendedorismo. Que no decorrer do desenvolvimento do tema em questão surjam novas pesquisas e trabalhos acadêmicos que nos ajudem a diminuir a mortalidade e o insucesso de empreendedores durante os primeiros anos de vida do seu negócio.

6 ANÁLISE DOS DADOS

Os capítulos anteriores abordaram a discussão sobre o tema, os objetivos e a metodologia da pesquisa que orientaram o desenvolvimento para a análise dos dados. Este capítulo contempla a descrição e análise dos dados obtidos na pesquisa de campo, realizada no período de 15/10/2008 a 03/11/2008, sobre o Perfil Empreendedor dos Micro e Pequenos Empresários de São Mateus/ES.

Para impossibilitar a identificação das empresas e seus proprietários quando necessários fizer citação a comentários de alguns dos respondentes, estes serão identificados como empresário ou proprietário das empresas.

A análise foi desenvolvida por etapas, conforme apresentado nos formulários de entrevista, com o uso da perguntas abrangentes sobre os aspectos diretamente relacionados às características empreendedoras dos entrevistados. Primeiro faz-se uma breve apreciação sobre os dados históricos relevantes do município de São Mateus/ES de modo a obter um panorama do perfil empreendedor dos primeiros habitantes do município, para facilitar o entendimento dos resultados obtidos através da pesquisa. A seguir, são caracterizados os aspectos referentes à origem dos empresários que compreenderam a amostra pesquisada, denominado de ETAPA 01. Na seqüência apresentam-se as características alusivas a visão empreendedora dos micro e pequenos empresários mateenses, ETAPA 02. A auto-avaliação sobre as características empreendedoras foi realizada pelos entrevistados na ETAPA 03. E finalmente, busca-se conhecer a opinião dos entrevistados sobre empreendedorismo em São Mateus/ES, ETAPA 04.

Neste contexto, procurou-se submeter os dados a instrumentos estatísticos apropriados que resultaram em tabelas, gráficos, figuras e textos descritivos.

6.1 CARACTERIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS

O cenário da pesquisa girou entorno de micros e pequenos empreendimentos. Informações sobre o perfil dos empreendedores que constituíram médias e grandes empresas não foram consideradas.

O foco desta pesquisa está nas características dos empreendedores, por isso foram poucas as características das empresas observadas. Neste sentido, somente fatores como formalidade da empresa, ramo de atividade e tempo de permanência no mercado foram investigados.

A pesquisa realizada procurou abranger diferentes segmentos empresariais do município de São Mateus/ES, visando analisar o perfil do empreendedor em diversos cenários. Foram entrevistados 40 MPEs ativas em distintos ramos de atividades, a saber: comércio de veículos e peças, comércio por atacado e comércio varejista de artigos de uso pessoal e doméstico, vestuário, alimentício, farmacêutico, cosmético, material de construção, entre outros, distribuídos conforme Tabela 10. Nessa tabela, observa-se que a maior concentração de empresas entrevistadas se localiza no comércio varejista de artigos do vestuário e complementos, e no comércio varejista de artigos de ótica.

TABELA 10 – DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS

(continua)

Descrição do Ramo de Atividade	Quantidade	Porcentagem (%)
Auto Peças Serviços de manutenção e reparação de automóveis	1	2,5%
Marmoraria Comércio atacadista de mármore e granitos.	1	2,5%
Produção de Chocolate Caseiro Comércio atacadista e varejista de chocolates, confeitos, balas, bombons e semelhantes.	1	2,5%
Cosméticos Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria.	1	2,5%
Comercialização de Produtos de Limpeza Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar, com atividade de fracionamento e acondicionamento associada.	1	2,5%
Posto de Gasolina Comércio atacadista de combustíveis	1	2,5%
Lojas de Confecção Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	4	10,0%
Metalurgia Comércio varejista de ferragens, ferramentas e produtos metalúrgicos.	1	2,5%
Pet Shop Comércio varejista de artigos para animais, ração e animais vivos para criação doméstica.	1	2,5%
Papelaria Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria.	2	5,0%

TABELA 10 – DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS
(continuação)

Fotografia Comércio varejista de artigos fotográficos e cinematográficos.	1	2,5%
Óticas Comércio varejista de artigos de ótica	3	7,5%
Relojoaria Comércio varejista de artigos de relojoaria e joalheria	2	5,0%
Comércio Varejista Maquina Equipamento de informática Comércio varejista de equipamentos para escritório. Informática e comunicação, inclusive suprimentos.	1	2,5%
Calçados e Acessórios Femininos Comercio varejista de calçados	1	2,5%
Venda de Instrumentos Musicais Comércio varejista de máquinas e aparelhos de usos doméstico e pessoal, discos e instrumentos musicais;	1	2,5%
Comércio de Tintas Comércio varejista de material para pintura	1	2,5%
Comércio de Material de Construção Civil Comércio varejista de materiais de construção em geral.	1	2,5%
Loja de Presentes	1	2,5%
Varejo de Produtos Alimentícios em geral	1	2,5%
Escritório de Advocacia	1	2,5%
Jogos Eletrônicos	1	2,5%
Prestação de Serviços com Máquinas Pesadas	1	2,5%
Clínica Médica	1	2,5%
Comunicação Visual	2	2,5%
Transporte Coletivo	1	2,5%
Reprografia	1	2,5%
Telecomunicação	1	2,5%
Venda de acessórios para celular	1	2,5%
Distribuidora de Cerveja	1	2,5%
Consultoria/Corretora de Seguros	1	2,5%
Consultoria em Informática	1	2,5%
SOMA	40	100%

Fonte: Elaborada pelos autores do TCC

Dos empreendimentos pesquisados, 78% deles, são empresas constituídas que se permanecem ativos no mercado, possuindo mais de 3,5 anos de atividade. A

pesquisa identificou que 22% das empresas estão num estágio inicial, com menos de 12 meses de atividade.

6.2 CARACTERIZAÇÕES DO PERFIL DO PROPRIETÁRIO DA EMPRESA

Após tabulação dos dados da pesquisa efetuada junto aos proprietários das empresas mateenses, buscou-se analisar as respostas obtidas de forma a apresentar o perfil socioeconômico e cultural dos empresários. Para melhor entendimento e acompanhamento optou-se por apresentar os resultados através de tabelas e gráficos, comentando os principais indicadores.

Assim, com relação às características pessoais dos 40 empresários entrevistados, que ainda mantêm suas empresas em atividade, conforme gráfico 01, 28% são de procedência do interior (meio rural) e os outros 73% da própria cidade. O maior fluxo de migração do meio rural para a cidade ocorreu entre a faixa etária de 05 aos 27 anos, calculando a média, resultou-se numa idade de 14 anos. Do total dos entrevistados 73% são do sexo masculino, 80% são casados e têm em média dois filhos. A faixa etária dos empresários está bem distribuída, porém com maior concentração – 32,5%, entre 30 a 39 anos; e 30% entre 40 e 49 anos, conforme tabela 11.

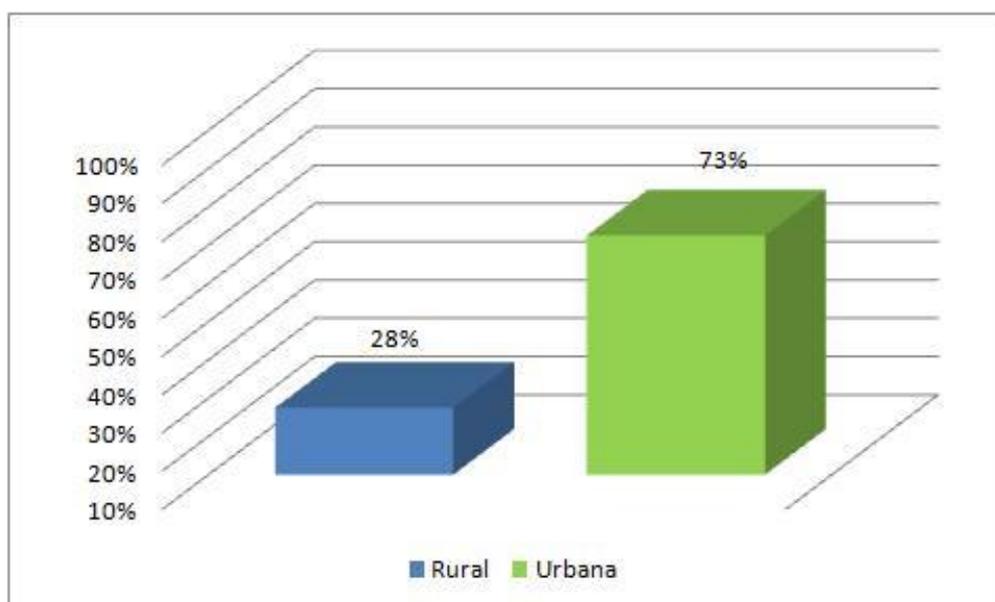


GRÁFICO 1 – PROCEDÊNCIA DOS EMPREENDEDORES

TABELA 11 – CARACTERÍSTICAS PESSOAIS DOS EMPRESÁRIOS

(continua)

Procedência do Empresário	Quantidade	Percentual (%)
Interior (meio rural)	11	27
Cidade	29	73
TOTAL	40	100
Idade em que passou a residir na cidade	Quantidade	Percentual (%)
Antes dos 10 anos de idade	3	7,5
Dos 11 aos 20 anos de idade	3	7,5
Dos 21 aos 30 anos de idade	1	2,5
Dos 31 aos 40 anos de idade	0	0
Acima dos 40 anos de idade	0	0
Não informaram a idade	4	10
TOTAL	11	27
Sexo	Quantidade	Percentual (%)
Masculino	11	27
Feminino	29	73
TOTAL	40	100
Estado Civil	Quantidade	Percentual (%)
Solteiro	6	15
Casado	32	80
Outros	2	5
TOTAL	40	100
Faixa Etária	Quantidade	Percentual (%)
De 18 a 24 anos	1	2,5
De 25 a 29 anos	5	12,5
De 30 a 39 anos	13	32,5
De 40 a 49 anos	12	30
Acima de 50 anos	7	17,5
Não informaram a idade	2	5
TOTAL	40	100
Número de Filhos	Quantidade	Percentual (%)
Possui um filho	5	12,5
Possui 2 filhos	15	37,5
Possui 3 filhos	8	20
Possui 4 filhos	1	2,5
Acima de 5 filhos	1	2,5
Não possui filhos	5	12,5
Não informaram	5	12,5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pelos Alunos do TCC

Objetivando descrever a faixa etária que os empresários tinham quando abriram a empresa, constam na Tabela 12 os resultados colhidos nas entrevistas. Interpreta-se que 42,5% dos proprietários das micro e pequenas empresas apresentam idade entre 18 a 24 anos. Outra faixa etária que recebeu valores consideráveis foi a de 25 a 29 anos, com 30% do resultado. Constatou-se que a

abertura da primeira empresa pelos empresários mateenses ocorreu em média aos 25 anos de idade.

TABELA 12 – FAIXA ETÁRIA DOS EMPRESÁRIOS QUANDO ABRIU A EMPRESA

Faixa Etária	Quantidade	Percentual (%)
De 18 a 24 anos	17	42,5
De 25 a 29 anos	12	30
De 30 a 39 anos	6	15
De 40 a 49 anos	1	2,5
Acima de 50 anos	1	2,5
Não informaram a idade	3	7,5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pelos alunos do TC

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre o meio social dos 40 empresários pesquisados, uma das perguntas constante no questionário diz respeito à formação escolar dos proprietários das empresas. Como resultado, no gráfico 2, mostra que 13% possuem o ensino superior completo, destes 03 são administradores de empresas, 01 é médico e 02 são bacharéis em Direito. Quanto ao ensino médio 45% o possuem completo e 10% com formação técnica, 10% com formação completa e / ou incompleta do ensino fundamental. Somando o percentual dos pesquisados com ensino médio completo, formação técnica e curso superior incompleto, temos 70%.

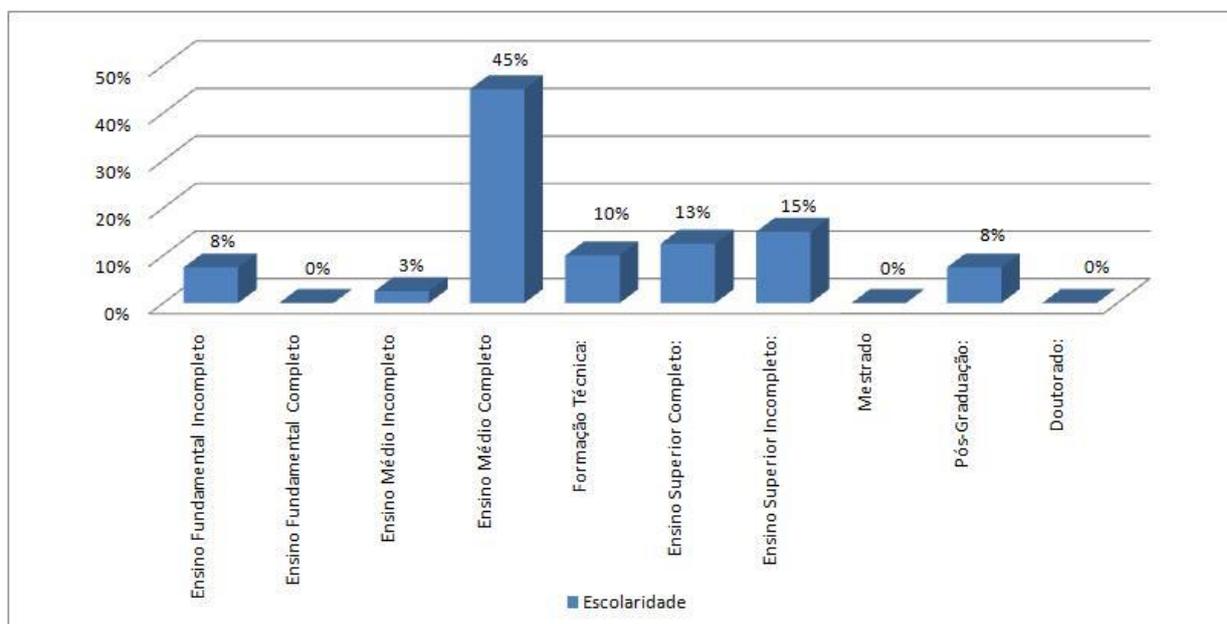


GRÁFICO 2 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS EMPRESÁRIOS

O resultado referente à educação empreendedora dos empresários entrevistados foi tabulado na tabela 13 e mostrou um resultado interessante, 65% dos proprietários de empresas responderam que não receberam educação empreendedora na infância. Por outro lado restante respondeu que recebeu educação empreendedora na infância. A maior parte dos empresários (57%) apontou que a educação empreendedora originou-se de familiares e 36% dos próprios pais.

TABELA 13 – CARACTERÍSTICAS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA DOS EMPRESÁRIOS

Recebeu Educação Empreendedora na Infância?	Quantidade	Percentual (%)
SIM	14	35
NÃO	26	65
TOTAL	40	100
Caso afirmativo, onde ou de quem recebeu os ensinamentos?	Quantidade	Percentual (%)
Pessoas Empreendedoras	3	0
Empresas	3	0
Escola	1	7
Dos pais	5	36
Familiares	8	57
Outro:	4	0
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pelos Autores do TCC

Visando mapear a existência de outros familiares empreendedores na família do proprietário da empresa entrevistado, identificou-se na tabela 14, que a maioria dos empresários possui irmãos e tios empreendedores, sendo 50% dos irmãos os empreendedores e os tios com 31%.

TABELA 14 – FAMILIAR EMPREENDEDOR

Na família existem outros empreendedores?	Quant.	Percentual (%)
SIM	32	80
NÃO	8	20
TOTAL	40	100
Caso afirmativo, quem são eles?	Quant.	Percentual (%)
Tios	10	31%
Primos	9	28%
Avós	3	9%
Cunhados	7	22%
Irmãos	16	50%
Sobrinhos	2	6%
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pelos Autores do TCC

No formulário utilizado consta uma pergunta que visa analisar se o empresário possuía experiência no ramo de comércio antes de abrir o negócio pretendido. No gráfico 3 demonstra o resultado sobre o questionamento em tela. Discutindo com o empreendedor se ele possuía conhecimento no ramo do comércio que ele visava empreender, 52% responderam que não possuía experiência e 48% afirmaram ter conhecimento do negócio que iria abrir.

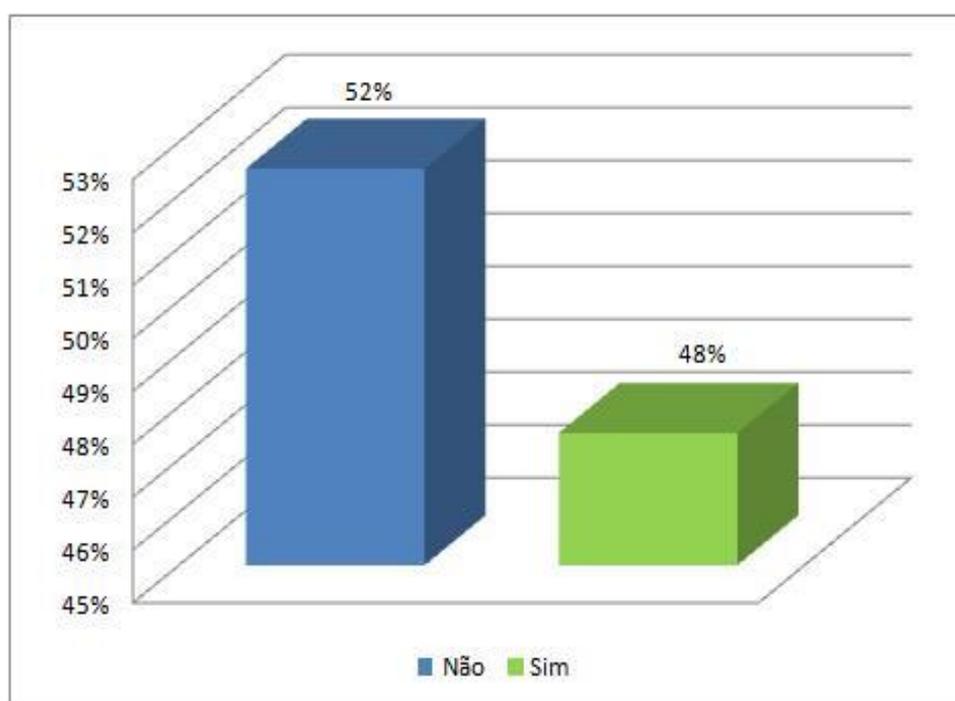
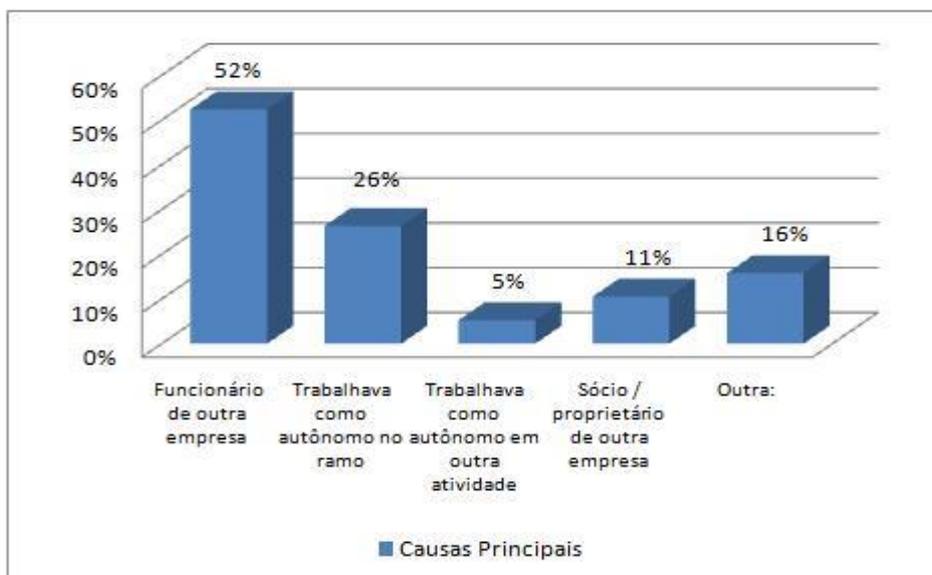


GRÁFICO 3 – EXPERIÊNCIA NO RAMO DE COMÉRCIO

Analisando essa questão e verificando como os 48% dos empreendedores conseguiram o conhecimento sobre o ramo de comércio, vê-se no gráfico 4 que as principais causas que contribuíram para que eles obtivessem experiência estão bem distribuída, porém com maior concentração – 52%, na causa “Funcionário de outra empresa” e 26%, origina-se na causa “Trabalhava como autônomo no ramo”.



GRÁFICOS 4 - PRINCIPAIS CAUSAS QUE CONTRIBUÍRAM PARA QUE EMPREENDEDORES MATEENSES OBTIVESSEM EXPERIÊNCIA NO RAMO DE ATIVIDADE

Com relação ao assessoramento de profissionais para a abertura das empresas dos 25% de empresários que responderam sim, 70% buscaram assessoria junto a pessoas que conheciam o ramo do comércio, 20% junto ao contador e os outros 20% vieram dos pais que possuem experiência administrativa, destacamos que nessa questão houve múltiplas respostas.

TABELA 15 – FREQUÊNCIA DA ASSESSORIA PROFISSIONAL NA ABERTURA DA EMPRESA

Teve assessoria profissional na abertura da empresa?	Quantidade	Percentual (%)
Sim	10	25
Não	30	75
Se afirmativo quem o assessorou?	Quantidade	Percentual (%)
Pessoas que conheciam o ramo	7	58,33
Consultoria	0	0
Contador	2	16,66
SEBRAE	1	8,33
Dos pais que possuem experiência administrativa;	2	16,66
Outro:	0	0

Fonte: Elaborada pelos autores do TCC

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre as atividades exercidas pelos empresários antes de empreender, observa-se na Tabela 16, que a maioria dos empresários (50%) responderam que antes de empreender eram funcionários de empresa privada. Entre as atividades pesquisadas, 15% dos proprietários de

empresas exerciam atividades como autônomos, destacamos que essa questão tinha múltiplas respostas, pois algumas pessoas exerciam mais de uma função antes de abrir seu próprio negócio.

TABELA 16 – ATIVIDADE EXERCIDA ANTES DE EMPREENDER

Atividade exercida antes de empreender	Quantidade	Percentual (%)
Funcionário Público	5	11,90
Funcionário de Empresa Privada	21	50
Autônomo	6	14,28
Empresário	4	9,52
Dona de Casa	1	2,38
Estudante	4	9,52
Continua Empregado numa empresa Privada	0	0
Outra: Consultoria Empresarial/Treinamento	1	2,38

Fonte: Elaborada pelos autores do TCC

Quanto à participação em cursos e/ou treinamentos referentes à empreendedorismo, os resultados da pesquisa podem ser verificados no gráfico 4. É interessante observar que boa parte dos empresários mateenses nunca se interessou em participar de cursos e/ou lhes faltava oportunidade. Por outro lado, temos 15% e 35% respectivamente, que participaram de vários cursos, tais como: Qualidade total; Palestras; Seminários do Setor; Sebrae; Cursos aperfeiçoamento; CDL; ACAP's; Universidade Martins; IDE (Instituto Desenvolvimento Empresarial); Fornecido pela Séculus; ENIV (Fornecido pela empresa que trabalhava); Cursos na TELEST; Na grade curricular da Faculdade; Marcas Autorizadas: Sony e Panasonic; Além destes, um entrevistado participou do EMPRETEC – SEBRAE.

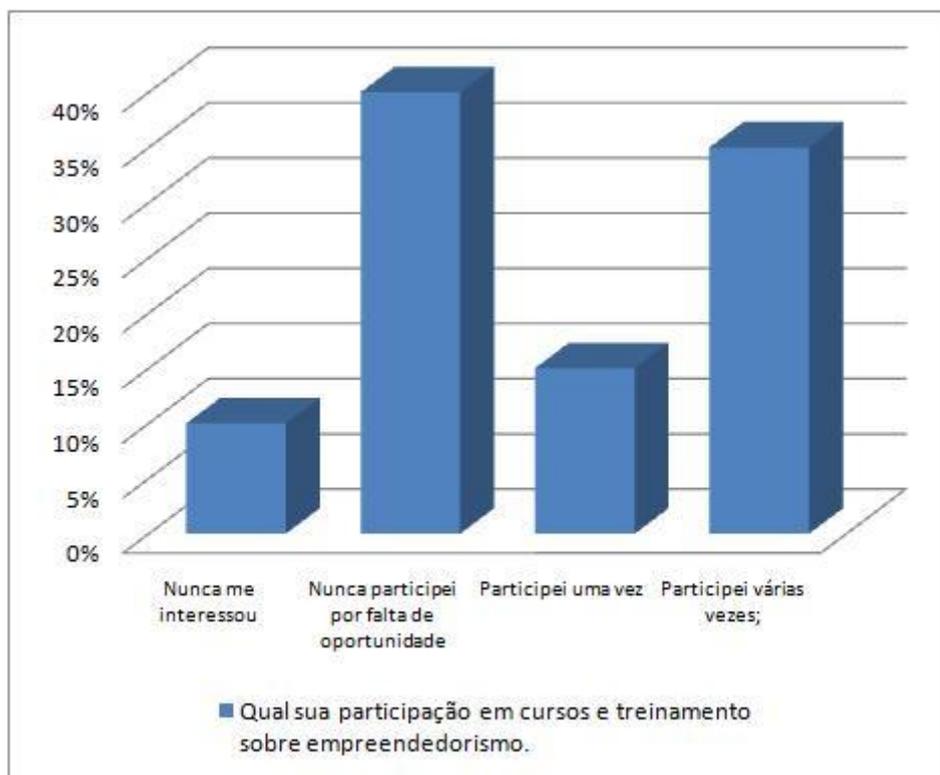


GRÁFICO 4 - PARTICIPAÇÃO DE CURSOS RELACIONADOS A EMPREENDEDORISMO.

O gráfico 5 apresenta os principais motivos que levaram os empresários a constituir a empresa. Com relação às empresas mateenses pesquisadas, observa-se que 68% dos entrevistados iniciaram suas atividades empresariais ao identificar uma oportunidade de negócio e orientações da família, representando 10%, enquanto que outros 10% estavam insatisfeitos com o seu emprego.

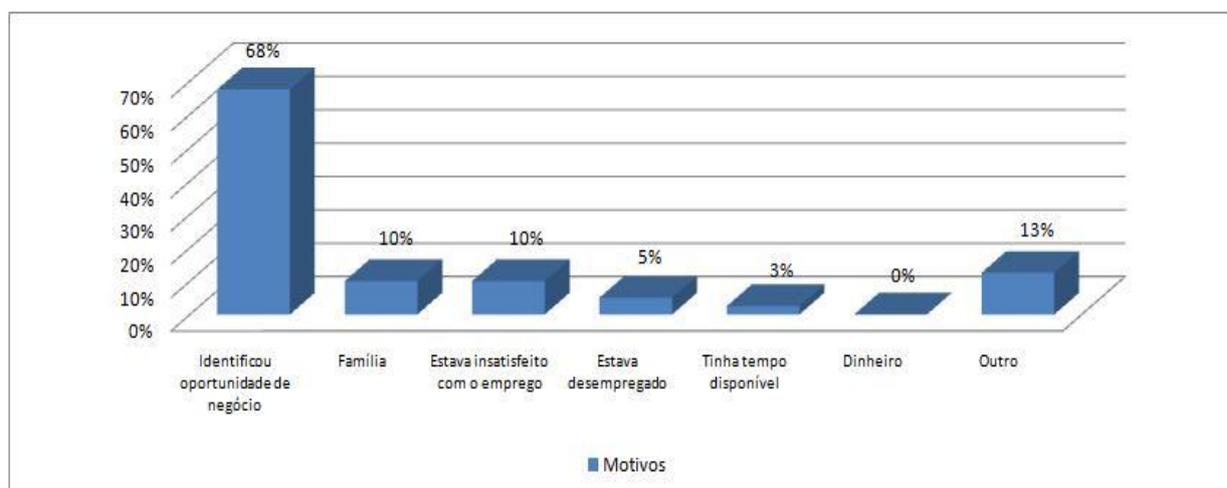


GRÁFICO 5 – MOTIVAÇÃO PARA ABERTURA DAS EMPRESAS

Por fim, quanto ao estágio dos negócios dos empresários entrevistados, no gráfico 6 demonstra que 78% deles são “empreendedores estabelecidos” na região, caracterizando que os entrevistados criaram seus negócios e os mantiveram ativos por mais de 3,5 anos no mercado mateense. A pesquisa apontou que 22% são “Empreendedores Iniciais”, ou seja, seus empreendimentos têm até três anos e meio.

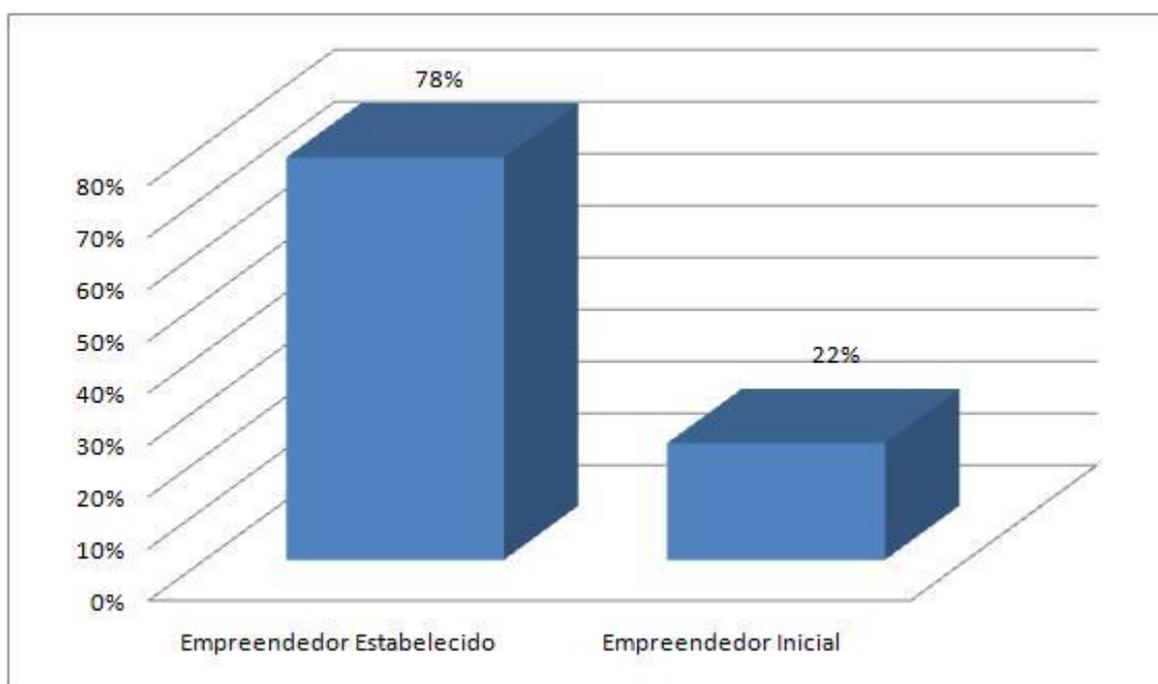


GRÁFICO 6 - ESTÁGIO DOS NEGÓCIOS DOS EMPRESÁRIOS ENTREVISTADOS

Os empresários que se classificaram como empreendedores iniciais, 44% deles apontam que o estágio de seu negócio se enquadrava na classificação nascente, pois estava a frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado. Logo, 56% apontaram que se classificava como “Novo”, pois seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses.

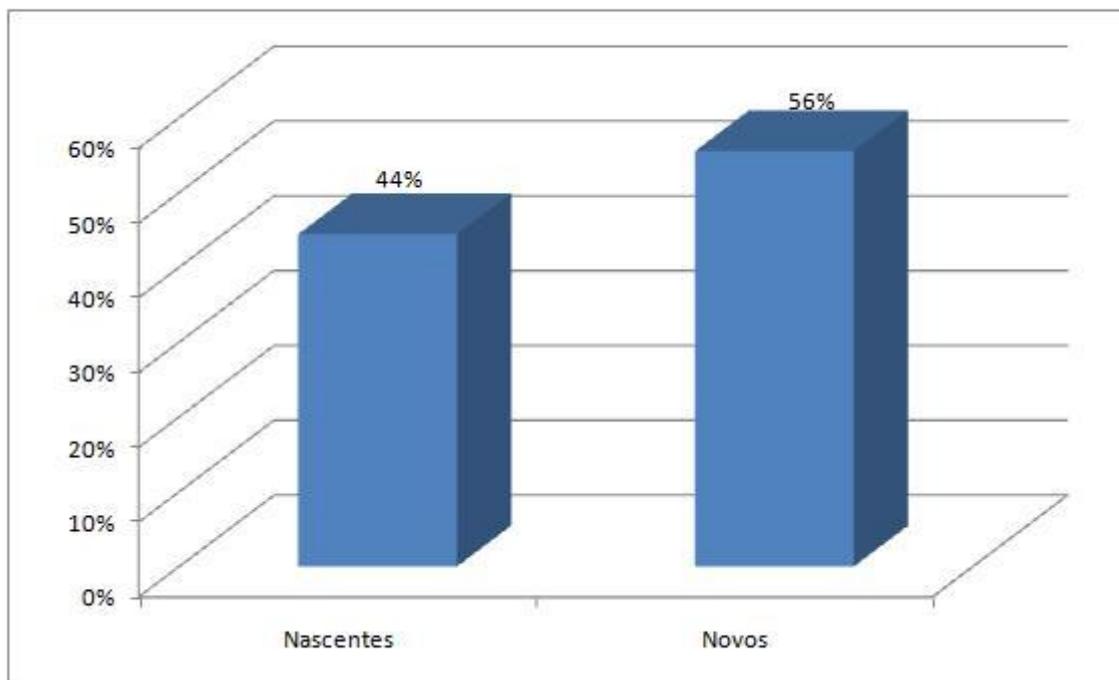


GRÁFICO 7 – EMPREENDEDORES INICIAIS ENTREVISTADOS

6.3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICROS E PEQUENO EMPRESÁRIOS

A pesquisa indica que os empresários entrevistados apresentam as características do empreendedor denominado “Empregado”, ou seja, é o empreendedor que inicia um negócio motivado pela liberdade, independência ou outros valores que um empreendimento torna possíveis. A investigação revelou que ele também possui traços do empreendedor “Oportunista”, conforme quadro 5.

Perfil	Descrição
Oportunista	Estabelece, fomenta, compra empreendimento em resposta a uma oportunidade; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16);
Empregado	Que inicia um negócio motivado pela liberdade, independência ou outros valores que um empreendimento torna possíveis; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16);

QUADRO 5 – PERFIL EMPREENDEDOR

Com relação aos outros perfis analisados, o perfil tecnológico (Aquele que se associa ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou processo inovador) foi o que se mostrou mais discrepante com a realidade dos 40 empresários entrevistados, alcançando 5% das avaliações.

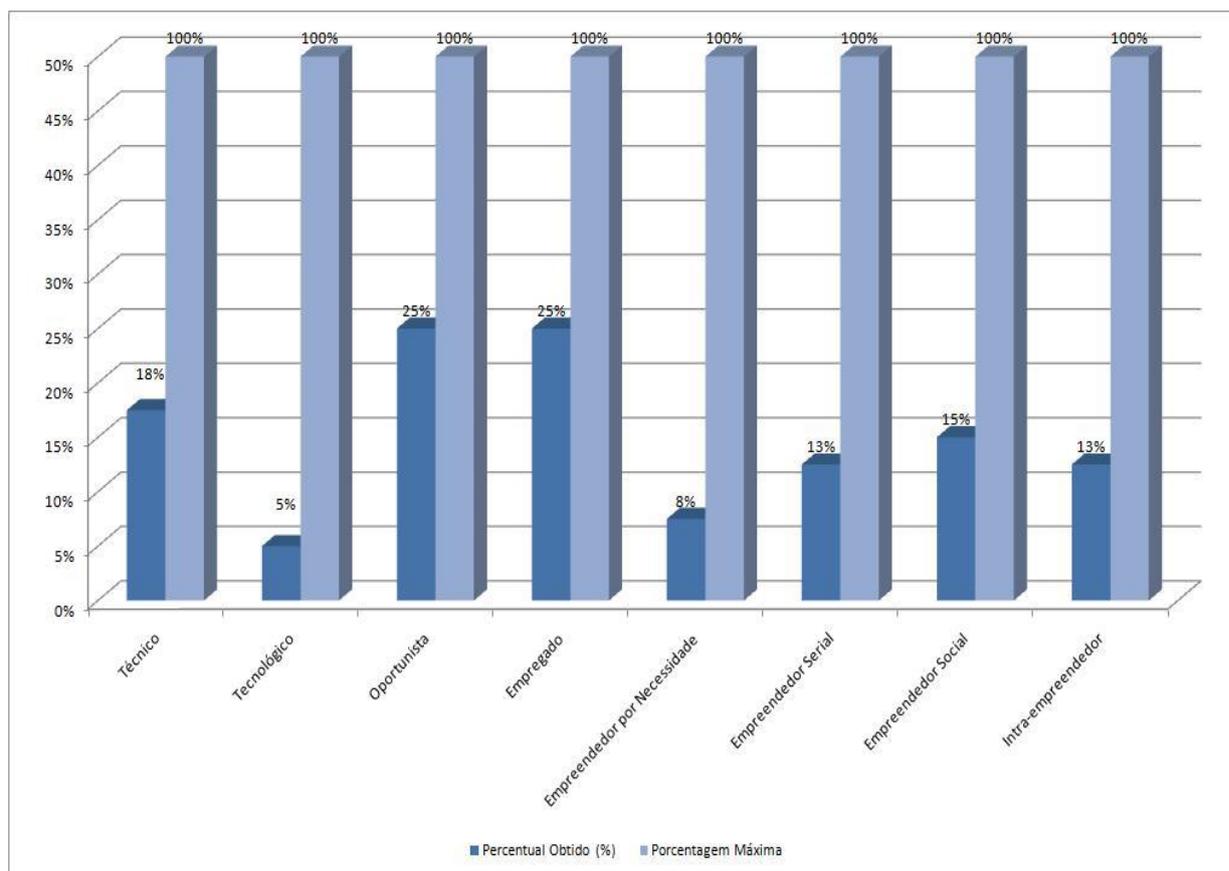


GRÁFICO 8 – PERFIL EMPREENDEDOR DOS PROPRIETÁRIOS DAS EMPRESAS PESQUISADAS

6.4 ASPECTOS DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS EMPRESÁRIOS

Em relação às características empreendedoras dos empresários de São Mateus/ES foram analisados os aspectos comportamentais, a saber: comprometimento e determinação, obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambigüidade e incerteza; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação; liderança de acordo com Dornelas (2001, p.49).

O gráfico 9 descreve os resultados tabulados sobre a característica “comprometimento e determinação”. Observa-se que entre as diversas abordagens analisadas sobre a característica empreendedora supra mencionada, os empresários entrevistados apresentaram a vertente disciplina e dedicação como a mais desenvolvida com 88%. Constatou-se através da tabulação dos dados que a porcentagem detentora dos valores mais baixos refere-se ao item “É proativo na

tomada de decisão”. O gráfico apresenta o sub-total com a média relacionada a esse conjunto de características comportamentais. Neste gráfico a média girou em torno de 81% de potencialidade.

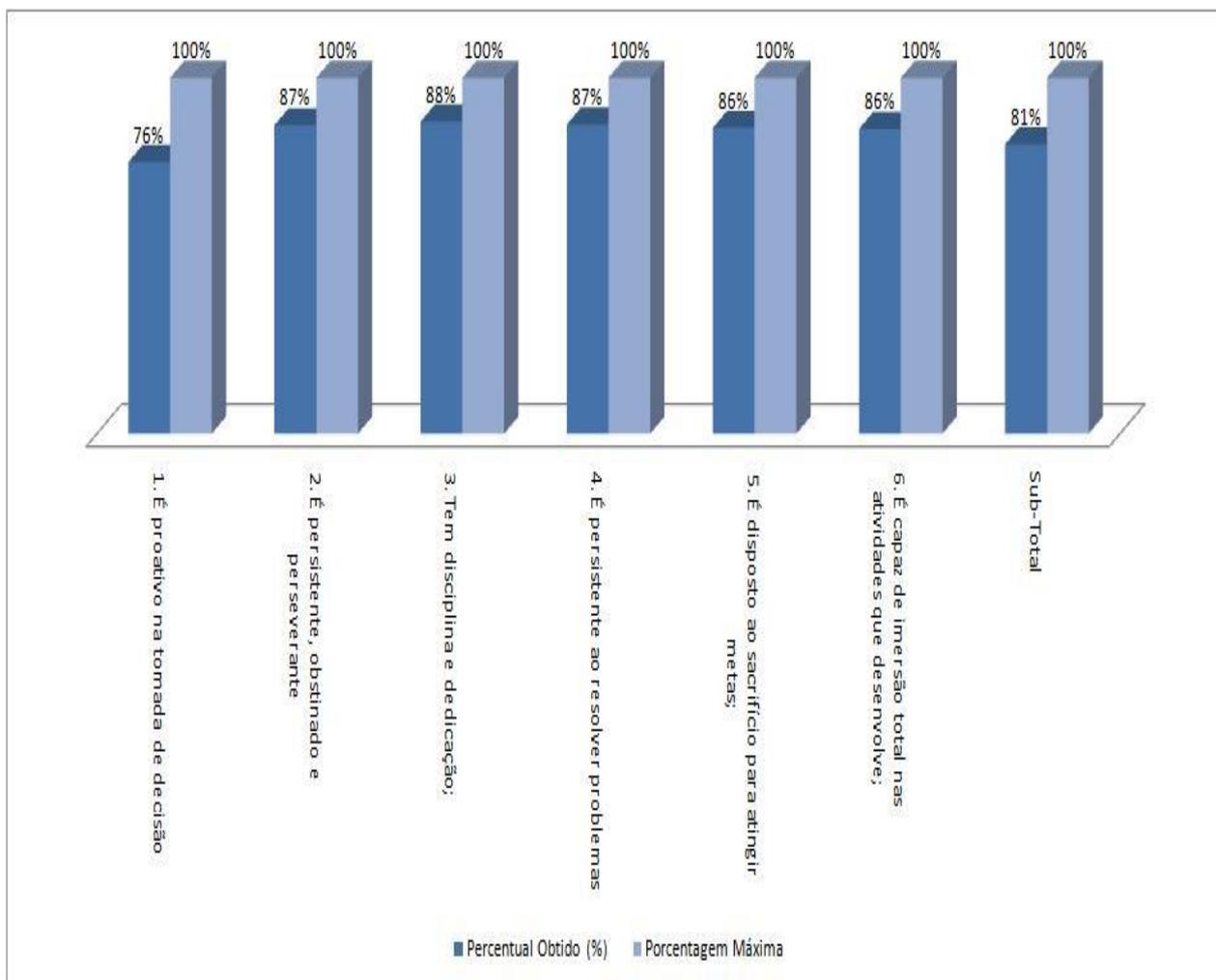


GRÁFICO 9 – CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE À “COMPROMETIMENTO E DETERMINAÇÃO”.

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre o conjunto de características empreendedoras alusivas à “obsessão pelas oportunidades”, entre os 40 empresários pesquisados, o aspecto que apresentou um maior percentual (82%) é a vertente que aponta que o empreendedor mateense “é obcecado por criar valor e satisfazer clientes”. No gráfico 10, demonstra que esse elemento apresenta um desenvolvimento maior do que os demais itens. O item “É dirigido pelo mercado” recebeu uma menor percentual, sendo representado por 76% das notas auferidas. Calculando a média geral desta auto-avaliação sobre essa característica empreendedora totalizou 77% de potencial.

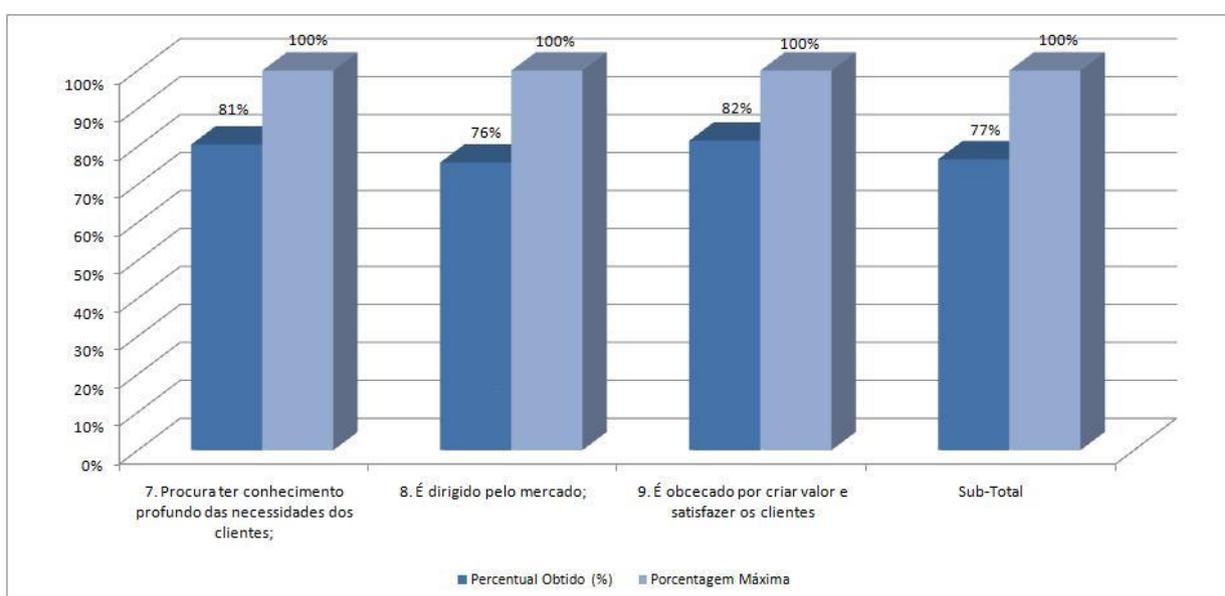


GRÁFICO 10 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE À “OBSESSÃO PELAS OPORTUNIDADES”

O gráfico 11, mostra que 83% possuem o potencial para "Procurar minimizar os riscos" e “é hábil em resolver problemas e integrar soluções”.

Quanto a vertente “Tolera as incertezas e falta de estrutura” 67% dos empresários entrevistados apontaram que tem dificuldades quanto a esta habilidade supracitada. Avaliar o percentual dos pesquisados, e calculando a média, os empresários obtiveram um percentual de temos uma média de 75% de aproveitamento destas características empreendedoras.

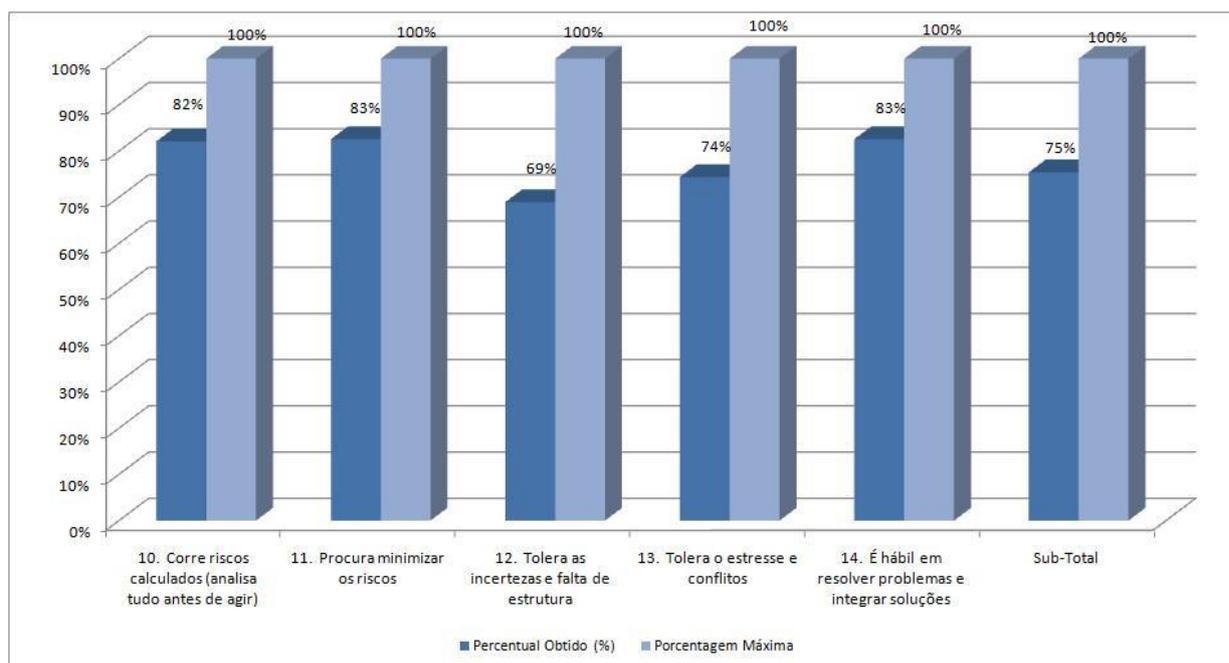


GRÁFICO 11 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE À “TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGÜIDADE E INCERTEZA”

Faz parte do conjunto de características empreendedoras, as habilidades relacionadas à “Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação”. O gráfico 12 descreve o potencial dos empreendedores quanto a este item. Nele consta que 84% dos proprietários das micro e pequenas empresas apresentam um bom desempenho no elemento “Não é convencional, tem cabeça aberta”, em contra partida, o elemento que carece de melhorias é “Não se conforma com o *status quo*”, com 76% de desempenho. Na totalidade da avaliação deste conjunto, verifica-se que a potencialidade média obtida é 77% de potencialidade.

² Status quo:

1. O estado atual, o status quo
2. Significa o estado em que se achava anteriormente certa questão.

Fonte: Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa e Babylon (2008).

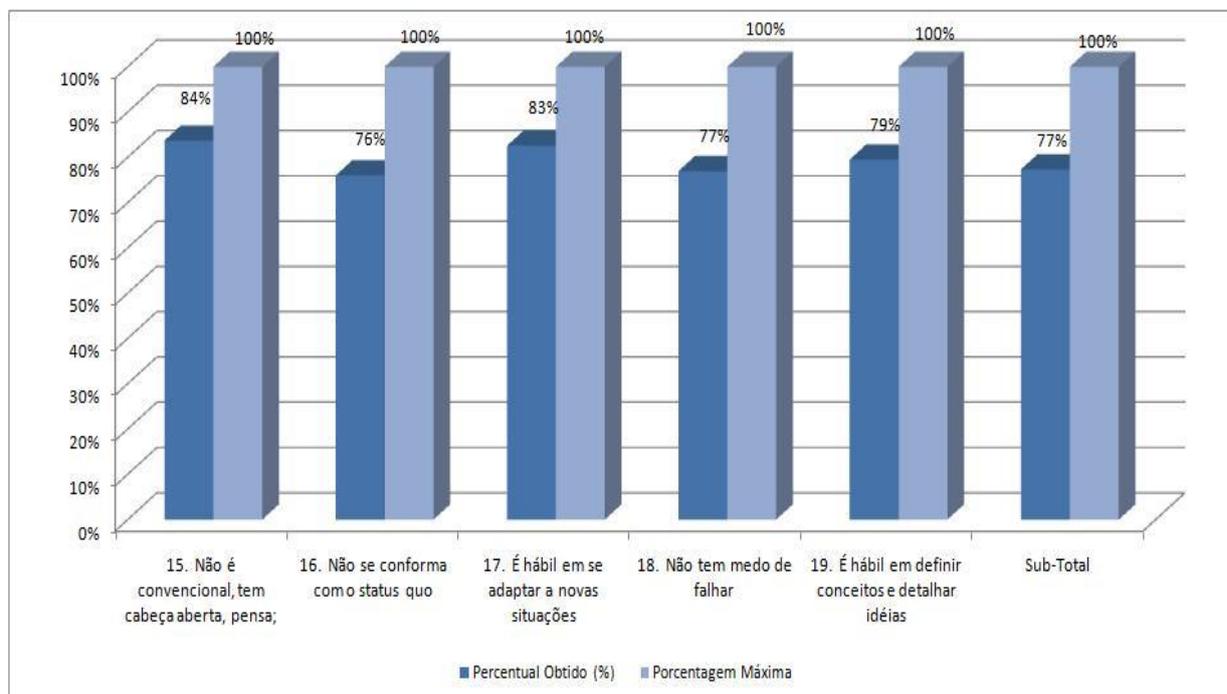


GRÁFICO 12 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE À “CRIATIVIDADE, AUTOCONFIANÇA E HABILIDADE DE ADAPTAÇÃO”

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre o conjunto de características empreendedoras alusivas à “Motivação e superação”, entre os 40 empresários pesquisados, o aspecto que apresentou um maior percentual (88%), onde assinala que o empreendedor mateense “É dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados”. No gráfico 13, demonstra que esse elemento apresenta um desenvolvimento maior do que os demais itens. O item “É orientado a metas e resultados” e “Não se preocupa com status e poder” receberam uma menor percentual, sendo representado por 79% das avaliações. Calculando a média geral da auto-avaliação sobre esse conjunto característica empreendedora totalizou 94% de potencialidade.

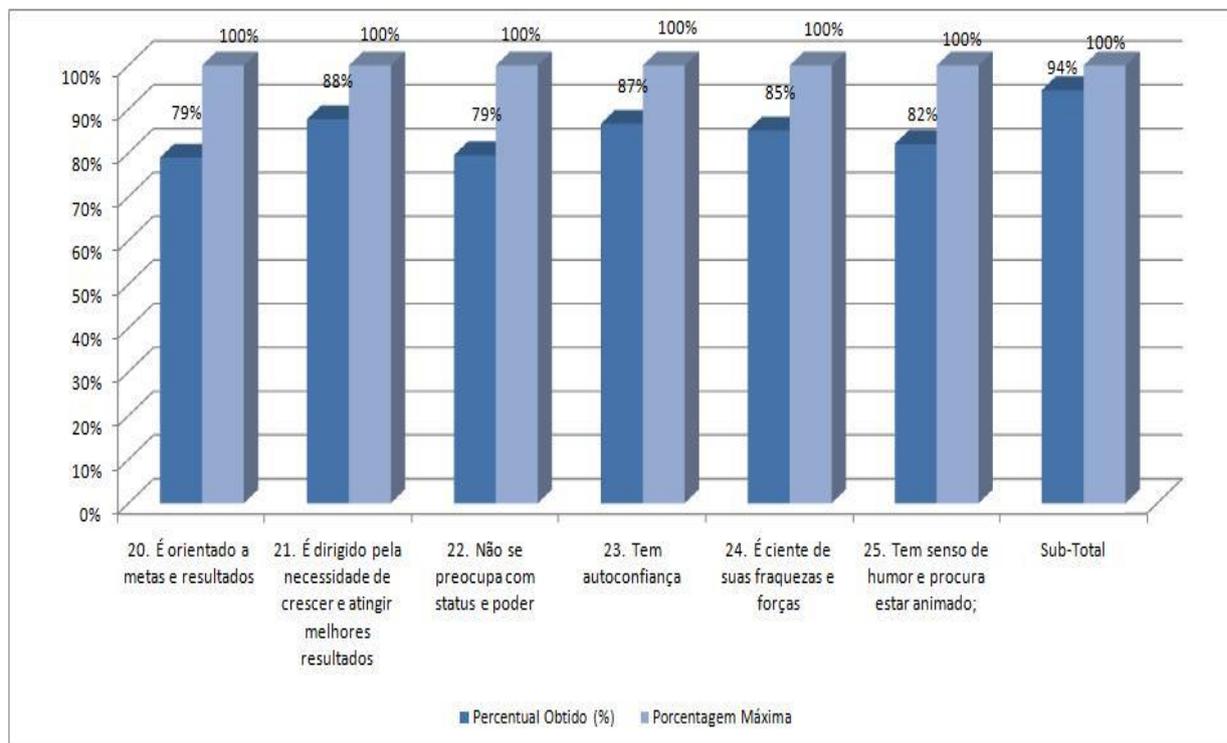


GRÁFICO 13 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE À “MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO”

Por fim, o último conjunto de características avaliadas refere-se a “Liderança”, onde foram analisados se os empresários mateense possuem as habilidades, a saber: Tem iniciativa; Tem poder de autocontrole; Transmite integridade e confiabilidade; É paciente e sabe ouvir; Sabe construir times/trabalhar em equipe.

No gráfico 14, mostra que 93% dos empresários entrevistados, possuem o potencial para "Transmitir integridade e confiabilidade".

Quanto a vertente que recebeu o menor desempenho foi “É paciente e sabe ouvir”, onde 83% dos empresários entrevistados apontaram que tem dificuldades quanto a esta habilidade supracitada. Ao calcular a média, os empresários obtiveram um percentual de 85% de aproveitamento do conjunto de habilidades referentes à “Liderança”.

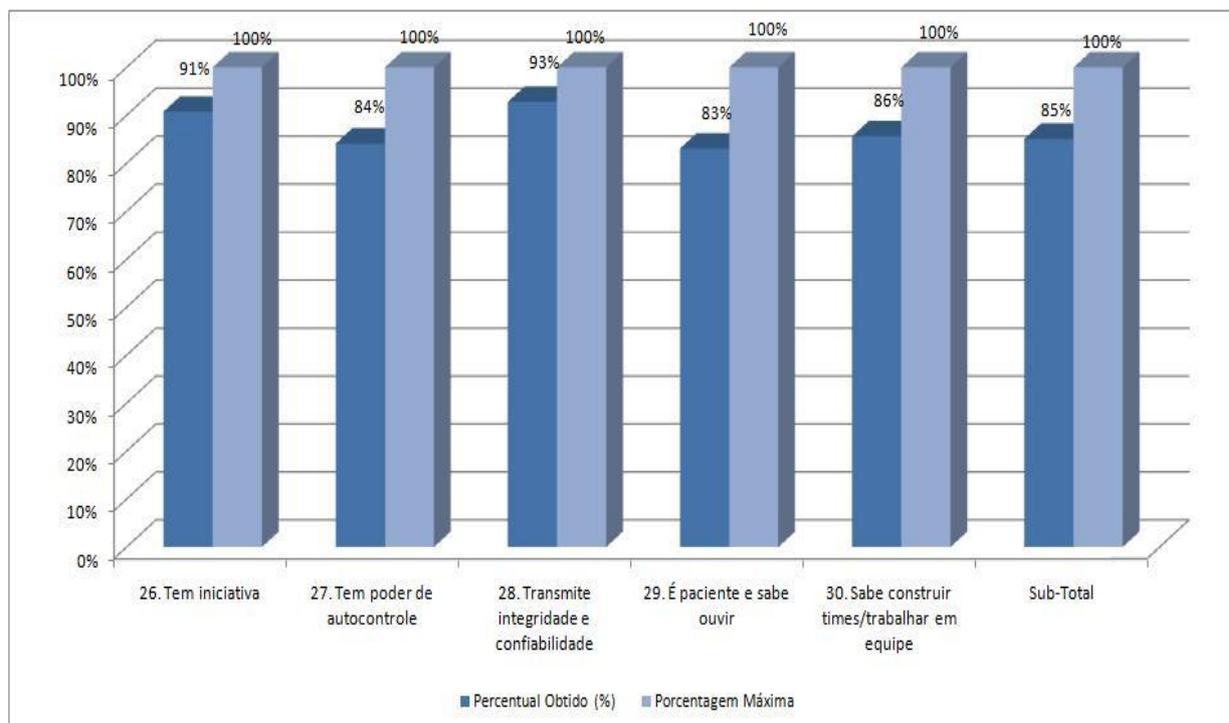


GRÁFICO 14 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS REFERENTE A “LIDERANÇA”

CONCLUSÕES e RECOMENDAÇÕES

Podemos destacar após este estudo, a importância de ação e atitudes empreendedoras, pois elas são responsáveis pelo desenvolvimento econômico gerando empregos, novas tecnologias, informação, impostos, renda, desenvolvimento cultural e o crescimento econômico.

Daí surgiu o objetivo principal dessa pesquisa que foi pesquisar o perfil empreendedor dos micros e pequenos empresários de São Mateus/ES, observando as características empreendedoras dos mesmos.

Assim enfatizamos que através dos resultados da amostragem sobre o perfil socioeconômico do empreendedor de micros e pequenas empresas mateenses, apresentam as seguintes conclusões:

- Os resultados obtidos na pesquisa apresentam coerência em relação a vários estudos de autores sobre o assunto.
- Os empreendedores em sua grande maioria são procedentes da zona urbana desenvolvendo suas atividades empresariais na própria cidade. E dentro dessa grande maioria cerca de 80% dos entrevistados são casados.
- A maioria dos empresários é do sexo masculino, sua faixa etária atual varia de 30 a 39 anos, possuem em média dois filhos. Possuem o ensino médio completo ou ensino superior completo ou incompleto.
- Os empreendedores não possuem um nível acadêmico alto, em sua grande maioria não fizeram um curso superior na área que trabalham.
- Os empreendedores em uma grande escala trabalharam em uma empresa privada, e o ingresso ao ramo do comércio foi em virtude de terem identificado uma oportunidade de negócio e vindo de sua família estímulo para empreender, sabido assim que em cada dez empreendedores oito possuem familiares empreendedores. Ao abrirem seus negócios os empreendedores não tiveram em grande parte apoio de assessorias, e para aqueles que tiveram algum apoio, partiu de pessoas que possuíam experiências no ramo. Destacamos assim a ausência de busca por apoio de incubadoras como o SEBRAE e SOFTEX, enfim os negócios se iniciam em resposta a realização de um sonho.

- Há um desinteresse muito grande de uma parte de empresários a busca de informações pertinentes a empreendedorismo, de dez apenas cinco participaram pelo menos uma vez de cursos nessa área.

Buscamos conhecer os fatores que contribuíram para o sucesso e/ou insucesso de uma organização no Município de São Mateus/ES, os empresários destacam que os empreendedores merecem ter uma atenção aos seguintes fatos:

- Destaca-se grande incidência de respostas dos entrevistados em relação aos fatores que os incentivaram a empreender respectivamente muito trabalho, dinheiro, uma boa idéia e determinação.
- 72,50% dos entrevistados se consideram um empreendedor de sucesso.
- Os empreendedores relacionam o sucesso das suas organizações a objetivos da empresa bem traçados, determinação, a fé em Deus, ser dinâmico conseguindo se adaptar as mudanças do mercado, persistência, visão de oportunidades, rede de relacionamentos; estabelecimento de metas, comprometimento, satisfação das necessidades dos clientes, conquista de clientes, trabalho com metas e prazos, constante busca de conhecimentos da equipe, trabalho em equipe, a vontade de ter um negócio que tenha sucesso.
- Dos entrevistados 70% trabalham com o estabelecimento de metas e prazos.
- Os empreendedores alertam que é necessário que se tenha uma gestão eficaz na área financeira, planejamento e controle, contábil. E que em suas experiências no decorrer da caminhada empresarial comprovam que se o empreendedor não tiver a parte administrativa bem organizada não consegue sobreviver no mercado, e também é preciso conhecer seu ponto de equilíbrio e controle de custo e preços eficazes.
- Ao perguntado para os entrevistados porque eles não se consideravam um empreendedor de sucesso, foi respondido que em sua caminhada como empreendedor eles tinham muito a conquistar que ainda demonstravam insatisfação com que já conquistaram.
- Quando o empresário é questionado em relação aos fatores que podem

contribuir para o sucesso de um empreendedor que pretende abrir um negócio eles relatam que é preciso conhecer o ramo de atividade que atua, não ter medo de enfrentar as dificuldades durante a caminhada empresarial, experiência, honestidade, abrir um negócio que tenha demanda para ser atendida, ter em mãos um ótimo plano de negócios, estudo do campo de atuação, mão-de-obra qualificada, pesquisar ramos e demandas que ainda não foram atendidos na cidade, ter reserva financeira para suprir os investimentos, buscar apoio do SEBRAE e ter muita coragem de enfrentar o mercado.

As medidas empreendedoras trazem grandes resultados positivos para uma nação. A busca de informações tem sido uma grande alternativa de crescimento para os empresários. Vemos assim a importância do curso de Administração de Empresas, as necessidades dos empreendedores estão diretamente ligadas aos conhecimentos que um bacharel em administração possui, comprovando o valor do profissional para o mercado.

Sugere-se que os empreendedores busquem novos conhecimentos e informações sobre empreendedorismo como forma de contribuição para suas atividades empresariais. Propomos o desenvolvimento de um estudo mais aprofundado relacionado ao planejamento financeiro de microempresas e empresas de pequeno porte envolvendo algumas atividades como: fluxo de caixa, preço de venda, custos, vendas. Utilizando esse estudo para o suprimento de algumas dúvidas pertinentes ao planejamento financeiro. Recomendamos que as faculdades de São Mateus/ES o desenvolvimento de cursos e palestras relacionados à empreendedorismo em parceria com o SEBRAE em prol do crescimento intelectual dos empresários de mateenses no intuito de diminuir a carência de informação dos empreendedores da cidade. Tais ações podem até estimular os empreendedores a buscarem uma capacitação para aperfeiçoar constantemente o comportamento empreendedor dos empresários mateenses.

REFERENCIAS

BERNHOEFT, Renato. **Como tornar-se empreendedor em qualquer idade**. São Paulo: Nobel, 1997. p 29, 30 e 85.

DEGEN, Ronald, Jean. **O Empreendedor**. 8. Ed. São Paulo: Markron, 2004. p 9.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

VIEIRA, Lucas Izoton. **O vôo da Cobra**. 5ª. Ed. Vila Velha: Comunicação Impressa, 2002. p 15.

BIRLEY Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando dos Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001. p 11.

SOUZA, Benedito Julio de. **Criando uma Cultura Empreendedora no Brasil**. Curitiba: Edição do Autor, 2004.

VOLTOLINI, Ricardo. **Terceiro setor planejamento e gestão: planejamento e gestão**. São Paulo, Senac, 2004.

NARDOTO, Eliezer O.; LIMA Herinéa O. **História de São Mateus**. São Mateus: Editora EDAL, 2001.

MEU PRÓPRIO NEGÓCIO, São Paulo: ONLINE EDITORA, 2007 – MENSAL. Novembro. 2007. ISSN 1677-5163.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do Plano de Negócio**. São Paulo: Editora ATLAS, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

EMPREENDEDORISMO Gestão Empresarial. A GAZETA, Vitória, 14 dez. 2003. Caderno Especial, p. 1-15.

MARTINELLI, J. **Perfil do Empreendedor**. Disponível no site: <http://www.duomodesenvolvimento.com.br/index.php?codwebsite=&codpagina=0000608>. Acessado em 07 jun. 2008.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **SEBRAE: Empreendedorismo no Brasil**. Disponível no site: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/empreendedorismo-no-brasil-pesquisa-gem>. Acessado em 30 set. 2008.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **SEBRAE: Boletim Estatístico de Micro e Pequenas empresas.** Disponível no site: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim/EStatistico-das-mpe>. Acessado em 30 set. 2008.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **SEBRAE: Fatores condicionantes e taxa de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil.** Disponível no site: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/sobrevivencia-das-micro-e-pequenas-empresas>. Acessado em 30 set. 2008.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **SEBRAE: Um Agente do Desenvolvimento.** Disponível no site: <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/sebrae-um-agente-de-desenvolvimento>. Acessado em 25 out. 2008.

SOFTEX - Programa Nacional de Software para Exportação. **SOFTEX: Histórico.** Disponível no site: http://www.softex.br/portal/_asoftex/historico.asp. Acessado em 25 out. 2008.

USAID - Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional. **Apoio a Pequenas Empresas e Redução da Pobreza.** Disponível no site: <http://brazil.usaid.gov/area.php?id=21>. Acessado em 30 ago. 2008.

ENRIQUE, Daniel C. **Formação do Comportamento Empreendedor dos Discentes e Egressos da Pós-Graduação *Lato Sensu* em Planejamento e Gestão de Negócios do Unicenp.** Disponível no site: <http://dspace.c3sl.ufpr.br:8080/dspace/bitstream/1884/11200/2/CAPAS%20E%20SUM%20C3%81RIOS%20DISSERTA%C3%87%C3%83O%20DANIEL%20C.%20HENRIQUE.pdf>. Acessado em 07 Out. 2008.

CIELO, Ivanete D. **Perfil do Pequeno Empreendedor: Uma Investigação das Características Empreendedoras nas Empresas de pequena dimensão.** Disponível no site: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/5619.pdf>. Acessado em 07 Out. 2008.

MAI, Fernando A. **O Perfil do Empreendedor Versus a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas Comerciais do Município de Aracruz/ES.** Disponível no site: <http://www.fucape.br/simposio/5/PDF/Dissertacao%20Antonio%20Fernando.pdf>. Acessado em 07 Out. 2008.

URIATE, Luiz R.; LAPOLLI Édis M.; BARCIA, Ricardo M.; BASTOS, Lia C. **O EMPREENDEDOR.** Disponível no site: <http://intranet.itajai.sc.gov.br/arquivos/sedeer/2007-12-11-17-d41d8cd98f.pdf> Acessado em 07 Out. 2008.

DANTAS, Anderson de B.; SANTOS, Paulo da Cruz F.; OLIVEIRA, Emanuelle de S.; BARRETO, Renata R.; MILITO Claudia. **Pré-Validação de um Novo Instrumento para a Identificação do Potencial Empreendedor.** Disponível no site: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2005_Enegep0906_1246.pdf Acessado em 07 Out. 2008.

DUTRA, Ivan de Souza. **O Perfil do Empreendedor e a Mortalidade de Micro e Pequenas Empresas Londrinenses** Disponível no site: <http://www.ppa.uem.br/defesas/pdf/dis014.pdf> Acessado em 03 Nov. 2008.

ADMINISTRADORES, . **O Perfil do Empreendedor e a Mortalidade de Micro e Pequenas Empresas Londrinenses** Disponível no site: <http://www.ppa.uem.br/defesas/pdf/dis014.pdf> Acessado em 03 Nov. 2008.

VARGAS, Sallezi Leando. **Qual é o total de empresas ativas em São Mateus?**. Mensagem recebida por <leonardo@jucees.es.gov.br> em 04 nov. 2008.

ANEXO I

Formulário de Entrevista

INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE
EMPRESAS

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA
ANALISANDO O PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS MATEENSES

ARMANDO RODRIGUES
LUCAS MOREIRA SANTOS ANDRADE

SÃO MATEUS – ES

2008

APRESENTAÇÃO

Este questionário tem como objetivo coletar informações dos empresários de São Mateus-ES, visando analisar o perfil empreendedor dos mesmos baseando-se nas características peculiares dos empreendedores, no que se refere ao potencial de:

- Comprometimento e determinação
- Obsessão pelas oportunidades
- Tolerância ao risco, ambigüidade e incerteza
- Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação
- Motivação e superação
- Liderança

Neste formulário de entrevista contém perguntas fechadas e abertas que visam manter a entrevista focalizada no perfil empreendedor dos empresários mateenses. As informações coletadas terão grande valia para o planejamento, monitoramento e avaliação do desenvolvimento empreendedor dos empresários, de âmbito municipal, bem como estadual e até federal.

A pesquisa permitirá a elaboração de uma série histórica de indicadores sociais que possibilitará um melhor acompanhamento do desenvolvimento da cultura empreendedora no município.

O preenchimento correto deste questionário será a garantia da qualidade das informações, que estarão organizadas e disponíveis em uma base de dados da Faculdade São Mateus - UNIVC.

Porque definir o perfil empreendedor dos empresários de São Mateus-ES

1 – Contribui para trazer benefícios comportamentais e econômicos para o empreendimento.

2 – É útil para viabilizar o sucesso do empreendedor, facilitando a entrada em um negócio do qual pouco se conhece e, dessa maneira, minimizando o próprio risco do novo negócio.

3 - Perfil empreendedor é um fator decisivo para que instituições financeiras concedam crédito.

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO

Para um melhor aproveitamento da pesquisa, solicitamos que:

- a) Nenhum quesito deve ser deixado em branco;
- b) Os conceitos ou expressões usadas nos quesitos, que merecem um esclarecimento ou definição, constam do próprio questionário;
- d) Nas instruções que se seguem, por etapas, as questões ou quesitos estão identificados pelos respectivos números;
- e) Preencher com letra de forma e maiúscula, usando caneta azul ou preta;
- f) As questões permitem múltiplas escolhas;

Abaixo estão descritas algumas instruções adaptadas das orientações de DOLABELA (1999 p.87). Segundo o pesquisador, alguns pontos, devem ser esclarecidos ao entrevistado antes da entrevista. Estes pontos são:

- Não serão abordados temas de natureza confidencial, o entrevistador compreenderá e respeitará, caso haja perguntas que não queira responder;
- Não há intenção de julgar a forma como a empresa é administrada. (...) A empresa é vista pelo entrevistador como um laboratório.
- A entrevista poderá durar cerca de três horas.
- Apesar de a entrevista exigir um tempo considerável, não é tempo perdido: a maior parte dos empresários acha essa experiência estimulante, pois lhes permite revisar os processos de sua administração estratégica;
- Talvez seja necessário contato com alguns empregados (...). Alguns nomes poderão ser solicitados.
- O entrevistado receberá uma cópia de todo o trabalho que resultar dessa entrevista.

 <p>Pesquisa sobre o Perfil Empreendedor dos empresários de</p>	<p>Identificação do Empreendedor e do Empreendimento</p> <p>Nome. _____</p> <p>Nome da Empresa: _____</p> <p>_____</p>
<p>Entrevistador: [] Armando [] Lucas Data: ___/___/___ Início: ___: ___</p>	

ROTEIRO DA ENTREVISTA

ETAPA 01 – ORIGEM

- 1.1 Procedência: Rural Urbana
Se sua procedência for do interior, com que idade passou a residir na cidade? ____
- 1.2 Sexo: Masculino Feminino
- 1.3 Estado Civil: Solteiro Casado Outro: Qual? _____
- 1.4 Idade atual: _____
- 1.5 Possui Filhos? Sim Não; Caso Afirmativo, quantos? _____
- 1.6 Nível de Escolaridade:
- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Formação Técnica: Qual? _____
- Ensino Superior Incompleto no curso de: _____
- Ensino Superior Completo no curso de: _____
- Pós-graduação. Qual especialização: _____
- Doutorado. Qual? _____
- 1.7 Atividade exercida antes de empreender
- Funcionário público
- Funcionário de empresa privada
- Autônomo
- Empresário
- Dona de casa
- Estudante
- Continua empregado numa empresa privada
- Outra: _____
- 1.8 Recebeu educação empreendedora na infância?
- Sim
- Não
- Se afirmativo, onde ou de quem recebeu os ensinamentos?
- Pessoas empreendedoras
- Empresas;
- Escola;
- Dos pais;
- Familiares;
- Outro _____

1.9 Na sua família existem outros empreendedores?

Sim

Não

Se afirmativo quem são eles?

Tios;

Primos;

Avós;

Cunhados;

Irmãos;

Sobrinhos;

Pais;

Outro _____

ETAPA 02 – VISÃO EMPREENDEDORA

2.1 – Qual era a idade você tinha quando abriu empresa: _____

2.2 – O que te incentivou a empreender?

Identificou oportunidade de negócio;

Família;

Estava insatisfeito com o emprego;

Estava desempregado;

Tinha tempo disponível;

Dinheiro.

Outro: _____

2.3 Possuía algum tipo de experiência no ramo?

Não

Sim, como funcionário de outra empresa

Trabalhava como autônomo no ramo

Trabalhava como autônomo em outra atividade

Sócio / proprietário de outra empresa

Outra: _____

2.4 Teve assessoria profissional na abertura da empresa;

Sim

Não

Se afirmativo quem o assessorou?

Pessoas que conheciam o ramo

Empresas de consultoria ou consultor

Contador

SEBRAE

Dos pais que possuem experiência administrativa;

Outro: _____

2.5 – Para ser empreendedor você precisou de:

Dinheiro

Muito trabalho

Uma boa idéia

Planejamento

Determinação;

Disciplina

Apoio dos amigos

Outra: _____

2.6 – Qual sua participação em cursos e treinamento sobre empreendedorismo.

Nunca me interessou

Nunca participei por falta de oportunidade

Participei uma vez; Qual: _____

Participei várias vezes; Quais: _____

ETAPA 03 – CONCEITO DE SI

3.1 - De acordo com Dornelas³, atribua sinceramente a sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características empreendedoras a seguir:

Características	Excelente 5	Bom 4	Regular 3	Fraco 2	Insuficiente 1
Comprometimento e determinação					
1. É proativo na tomada de decisão;					
2. É persistente, obstinado e perseverante;					
3. Tem disciplina e dedicação;					
4. É persistente ao resolver problemas;					
5. É disposto ao sacrifício para atingir metas;					
6. É capaz de imersão total nas atividades que desenvolve;					
Obsessão pelas oportunidades					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes;					
8. É dirigido pelo mercado;					
9. É obcecado por criar valor e satisfazer os clientes;					
Tolerância ao risco, ambigüidade e incerteza					
10. Corre riscos calculados (analisa tudo antes de agir)					
11. Procura minimizar os riscos					
12. Tolerar as incertezas e falta de estrutura					
13. Tolerar o estresse e conflitos					
14. É hábil em resolver problemas e integrar soluções;					
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação					
15. Não é convencional, tem cabeça aberta, pensa;					
16. Não se conforma com o <i>status quo</i>					
17. É hábil em se adaptar a novas situações					
18. Não tem medo de falhar					
19. É hábil em definir conceitos e detalhar idéias;					
Motivação e superação					
20. É orientado a metas e resultados					
21. É dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados					
22. Não se preocupa com status e poder					
23. Tem autoconfiança					
24. É ciente de suas fraquezas e forças					
25. Tem senso de humor e procura estar animado;					
Liderança					
26. Tem iniciativa					
27. Tem poder de autocontrole					
28. Transmite integridade e confiabilidade					
29. É paciente e sabe ouvir					
30. Sabe construir times/trabalhar em equipe					

³ Fonte: DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. São Paulo: Campus, 2005 (p.49-51)

3.2 - Podem existir diferentes tipos de empreendedores, cada qual com um conjunto específico de características comportamentais empreendedoras. Afirma Timmons et al (apud KIRBY, 2004, p.513). De acordo com a citação supracitada, assinale o perfil que é você mais se enquadra:

Tipos	Descrição	Marque X
Técnico	Aquele que necessita iniciar um negócio para exercer seu ofício; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)	
Tecnológico	Aquele que se associa ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou processo inovador; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16)	
Oportunista	Estabelece, fomenta, compra empreendimento em resposta a uma oportunidade; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16);	
Empregado	Que inicia um negócio motivado pela liberdade, independência ou outros valores que um empreendimento torna possíveis; SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16);	
Empreendedor por Necessidade	Representado pelo indivíduo que realiza negócios, geralmente de natureza informal, pelo fato de não encontrar opções melhores de trabalho. SOUZA e GUIMARÃES, (2005, p-16);	
Empreendedor Serial	Empreendedor é conhecido por não se contentar em abrir apenas um negócio próprio. O serial pode ser aquele que inicia uma empresa, cuida dela por um período e, depois, segue para uma nova iniciativa, ou alguém que administra vários negócios ao mesmo tempo. O mais importante para esse tipo de empreendedor é não deixar as oportunidades passarem. Revista "Meu Próprio Negócio" (ANO 5, Ed. 57, p.20);	
Empreendedor Inicial	São aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período em que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento. Esses empreendedores (...) subdividem-se em dois tipos, conforme abaixo:	
	<u>Nascentes:</u> aqueles à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2006)	
	<u>Novos:</u> seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses. Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2006)	
Empreendedor Estabelecido	Aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses; Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2006)	
Empreendedor Social	Segundo o autor o perfil deste tipo de empreendedor inclui a obsessão pela mudança, a capacidade de antever tendências e problemas, e inventividade, a liderança e a capacidade de empreender e liderar uma organização ⁴ . VOLTOLINI (2004)	
Intra-empendedor	Os intraempreendedores são todos os "sonhadores que realizam"; aqueles que assumem a responsabilidade pela criação de inovações de qualquer espécie dentro de uma organização. O intraempreendedor pode ser o criador ou o inventor, mas é sempre o sonhador que concebe como transformar uma idéia em uma realidade lucrativa (Pinchot III, 1989). URIARTE (2000) apud (Pinchot III, 1989).	

⁴ Estes são os cinco critérios utilizados pela Ashoka para selecionar empreendedores sociais e mais de quarentas países, desde 1981. A Ashoka é uma organização internacional da sociedade civil, sem fins lucrativos, cuja missão é o desenvolvimento da profissão de empreendedores sociais. Se nome foi inspirados em um imperador indiano, considerado um dos primeiros empreendedores do país.

ETAPA 4 - ENCERRAMENTO DA ENTREVISTA

4.1 - Você considera o seu o grau de conhecimento sobre planos de negócios:

- Excelente Bom 4 Regular Fraco Insuficiente

4.2 - Você tem o hábito de trabalhar com estabelecimento de metas e prazos?

- Sim
 Não.

4.3 - Você se considera um empreendedor de sucesso?

- Sim
 Não.

Caso sim, a que você relaciona esse sucesso?

4.4 - Além de “Boa Sorte e Sucesso”, o que você diria para alguém que está pensando em abrir um negócio em São Mateus-ES? Quais orientações que você daria para os candidatos a empreendedores?

4.5 - Em sua opinião, que contribuições o empreendedorismo pode oferecer ao futuro do São Mateus-ES?

4.6 - Há algo mais que você gostaria de dizer, que nós não abordamos?

Término da Entrevista : ____:____ h

Obrigado pela colaboração!