



Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Humanidades
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade
Coordenação de Estágio Supervisionado

**EMPREENDEDORISMO NO SETOR INFORMAL: UM ESTUDO
DE CASO CEAPE/PB**

MARIA DO SOCORRO BEZERRA MEDEIROS

Campina Grande – 2007

MARIA DO SOCORRO BEZERRA MEDEIROS

**EMPREENDEDORISMO NO SETOR INFORMAL: UM ESTUDO
DE CASO CEAPE/PB**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof^ª Sandra Maria Araújo de Souza, Mestre

Campina Grande – 2007

COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

Maria do Socorro Bezerra Medeiros
Aluna

Sandra Maria Araújo de Souza, Mestre
Professora Orientadora

Carlos Eduardo Cavalcante, Mestre.
Coordenador de Estágio Supervisionado

Campina Grande – 2007

MARIA DO SOCORRO BEZERRA MEDEIROS

EMPREENDEDORISMO NO SETOR INFORMAL: UM ESTUDO DE CASO CEAPE/PB

Relatório aprovado em 23 de abril de 2007

Sandra Maria Araújo de Souza, Mestre
Orientadora

Hérica Ghislânia Guimarães Pires, Bacharel
Examinadora

Maria Aldano de França, Mestre
Examinadora

Campina Grande – 2007

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, pois sempre inculcaram em mim o valor da educação e transmitiram sempre exemplos de amor, humildade, ética e responsabilidade. Além disso, me incentivaram a ser perseverante nos meus objetivos e são sem sombra de dúvidas as pessoas que mais amo em minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que esteve sempre presente nos momentos mais difíceis de minha vida, me dando forças para realizar esse objetivo e muitos outros que ainda espero alcançar.

A meus pais, pelo amor, pelo carinho, pela atenção e compreensão que sempre me dispuseram, por estarem sempre perto de mim, me apoiando em todos os momentos da vida.

A meu irmão e a minha vovó, pelo amor, compreensão e ajuda nos momentos em que mais precisei, minha eterna gratidão.

A digníssima professora Sandra, agradecimento especial por tudo o que me ensinou durante este período de estudo.

Aos demais professores, por terem transmitido novas informações e conhecimentos.

A Gilvanete, orientadora do trabalho na empresa e responsável por me guiar na escolha do tema, pelo empenho e pela dedicação dispensada ao meu trabalho.

A todos os colegas de trabalho do CEAPE-PB, que, de alguma maneira, contribuíram para a realização deste trabalho.

E a todas as pessoas, que contribuíram, direta ou indiretamente, para a conclusão dessa etapa tão importante da minha vida, minha eterna gratidão.

BEZERRA MEDEIROS, M.S. **Empreendedorismo no setor informal: um estudo de caso CEAPE/PB**. 62f. Relatório de pesquisa (Bacharelado em Administração). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2007.

Resumo

O cenário econômico atual vem sofrendo inúmeras transformações, no que condiz às novas formas de organização do trabalho, onde o desemprego e a instabilidade são cada vez mais crescentes. A partir desse processo, a criação e o desenvolvimento de microempreendimentos propaga-se na tentativa de amenizar a instabilidade e a diminuição dos postos de trabalho. Assim, este relatório explanou uma pesquisa sobre o perfil dos empreendedores, clientes CEAPE/PB do setor informal, da cidade de Campina Grande - PB, no que se refere a compreender os principais motivos pelos quais as pessoas se tornam empreendedoras, como também as suas características (conhecimentos, atitudes, habilidades e talentos) necessárias para se atingir o sucesso no empreendimento, comparando-as com as delimitadas pelos referenciais teóricos, e as causas maiores de insucesso no empreendimento. A pesquisa teve como objetivo geral conhecer as principais características dos empreendedores de sucesso, clientes CEAPE/PB, em atividade na cidade de Campina Grande. Quanto à metodologia utilizada, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo com os clientes da instituição. Os resultados comprovaram que o ambiente externo é o principal fator que dificulta a ação do empreendimento, que as pessoas tornam-se empreendedoras, principalmente, em busca de independência profissional e que houve algumas divergências entre características descritas pelos empreendedores e as relatadas pelos teóricos, relatando assim, a importância de um estudo mais aprofundado sobre as características que permeiam os empreendedores no contexto atual.

Palavras-Chaves: Empreendedor, Setor informal, Sucesso e insucesso.

Abstract

The current economical scenery is suffering countless transformations, when it comes to the new forms of organization of the work, where the unemployment and the instability are more and more growing. To leave of that process, the creation and the small businesses development spreads in the attempt of softening the instability and the decrease of the work positions. This way, this report explained a research on the entrepreneurs' profile, CEAPE/PB's customers of the informal section, of the city Campina Grande – PB, in what refers to understand the principal reasons for the which people become enterprising, as well as your characteristics (knowledge, attitudes, abilities and talents) necessary to reach the success in the enterprise, comparing them with delimited them by the theoretical referenciais and the larger causes of failure in the enterprise. The research had as general objective to know the success entrepreneurs' principal characteristics, CEAPE/PB's customers, in activity in the city of Campina Grande. When it comes to the used methodology, a research of exploratory and descriptive character was accomplished with the customers of the institution. The results proved that the external atmosphere is the principal factor that hinders the action of the enterprise, that people become enterprising, mainly, in search of professional independence and that there were some divergences among characteristics described by the entrepreneurs and that one told by the theoreticians, telling thus, the importance of a deeper study about the characteristics that permeate the entrepreneurs in the current context.

Key-Words: Entrepreneur, informal section, Success and failure

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organograma funcional do CEAPE/PB..... 17

LISTA DE QUADROS

Quadro I: Algumas invenções e conquistas do século XX.....	23
Quadro II: Evolução histórica das teorias administrativas.....	24

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Distribuição percentual dos pesquisados segundo o nível de escolaridade.....	44
Tabela 2: Distribuição percentual dos pesquisados segundo fontes de origem do capital para abertura do empreendimento.....	45
Tabela 3: Distribuição percentual dos pesquisados segundo percentagem de lucro advinda do empreendimento.....	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Empreendedores iniciais por países – 2005	26
Gráfico 2: Vontade de desenvolver outro negócio ou melhorar o atual	47
Gráfico 3: Riscos na aquisição ou criação de novos negócios.....	48
Gráfico 4: Razões pelas quais os indivíduos tornam-se empreendedores	48
Gráfico 5: Causas do insucesso no empreendimento	50
Gráfico 6: Conhecimentos que contribuem para o sucesso no negócio	51
Gráfico 7: Habilidades que contribuem para o sucesso no negócio	52
Gráfico 8: Atitudes que contribuem para o sucesso no negócio	53
Gráfico 9: Talentos que contribuem para o sucesso no negócio.....	54
Gráfico 10: Empreendedores de sucesso	54

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	14
Justificativa ao estudo do tema.....	15
Definição do problema de pesquisa.....	15
Objetivo geral.....	15
Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO 2 – A ORGANIZAÇÃO.....	16
CAPÍTULO 3 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
3.1. Conceito de Empreendedorismo.....	19
3.2. Origem e evolução.....	21
3.3. Revolução do Empreendedorismo.....	23
3.4. Importância econômica.....	27
3.5. O empreendedor e suas características.....	29
3.6. Setor Informal.....	34
CAPÍTULO 4 – DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO.....	38
4.1. Procedimentos metodológicos.....	38
4.1.1. Tipo e natureza do estudo.....	38
4.1.2. Caracterização do universo e da amostra.....	39
4.1.3. Instrumento de coleta de dados.....	40
4.1.4. Instrumento de análise dos dados.....	41
4.2. Apresentação e Análise dos Resultados.....	42
4.2.1. Perfil dos empreendedores pesquisados.....	43
4.2.2. Vontade de desenvolver outro negócio ou melhorar o atual.....	47
4.2.3. Risco em aquisições ou criação de novos empreendimentos.....	47
4.2.4. Principais razões para empreender.....	48
4.2.5. Principais causas do insucesso no empreendimento.....	49
4.2.6. Características relacionadas ao conhecimento.....	50
4.2.7. Características relacionadas às habilidades.....	51
4.2.8. Características relacionadas às atitudes.....	52

4.2.9. Características relacionadas ao talento.....	53
4.2.10. Empreendedor de sucesso.....	54
CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
APÊNDICES.....	60

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

As constantes mudanças advindas com a globalização, dentre elas a revolução na informação e a microinformática, vêm provocando transformações significativas sobre as relações entre o capital e o trabalho. A partir desse processo na economia mundial, pode-se observar um movimento do mercado interno e nos diversos setores da economia, no sentido de um maior desenvolvimento e valorização dos pequenos e microempreendimentos, formais ou informais, considerados como essenciais para geração de trabalho e renda, principalmente no contexto atual de altas e crescentes taxas de desemprego.

Diversas pesquisas mostram que nos anos 80, empreendedorismo e pequenos negócios cresceram a taxas mais significativas que em qualquer década dos últimos 100 anos, impulsionados pelas mudanças estruturais no mundo do trabalho nas últimas décadas do século XX. Drucker (2001). Assim, houve uma revolução no mundo do trabalho, onde a redução na oferta de emprego e a busca cada vez maior por independência profissional proporcionou muitos desafios aos indivíduos, onde estes tendem a criar seus próprios negócios, como alternativa de trabalho e até mesmo de sobrevivência.

Dentro desse mesmo foco de criação e desenvolvimento de microempreendimentos, tem-se o empreendedorismo no setor informal, onde o principal motivo da origem dos micronegócios nesse setor ocorre pela redução do emprego formal e pela busca de independência profissional. Em vista disto, torna-se evidente, a geração de outras oportunidades de ocupação não assalariadas e de empregos assalariados não formalizados.

Conseqüentemente, esse crescimento nos microempreendimentos vem corroborando, cada vez mais, o caráter excludente e desigual do desenvolvimento brasileiro e do emprego à margem da regulamentação institucional, onde toda essa transformação vem desafiando e mostrando à sociedade no geral a capacidade e o papel que os microempreendimentos têm na geração e organização do trabalho.

De forma geral, são enormes os obstáculos e as perspectivas que o novo contexto sócio econômico oferece aos empreendedores, porém, ao criar-se um novo negócio, é preciso planejá-lo de forma ordenada e realista, como também, é preciso que o empreendedor possua certas características que irão fazer com que seu negócio siga adiante no mercado.

Essas características, vão desde a percepção para se detectar as oscilações do mercado como um todo e analisar aquelas que mais influirão na sua atividade, até questões condizentes a sua capacidade pessoal e intelectual que irão auxiliá-lo no gerenciamento do seu pequeno negócio.

A pesquisa sobre as principais características dos empreendedores, clientes CEAPE/PB, **justifica-se** na medida em que, permite mostrar a capacidade de desenvolvimento que os microempreendedores têm ao criar pequenos negócios informais, demonstrando assim, a percepção que eles possuem em identificar uma oportunidade no mercado e fazer disso, sua fonte de sobrevivência e inclusão social.

Na mesma medida, a identificação dos conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos que acarretam resultados positivos para os microempreendedores, pode permitir identificar quais as principais limitações e as competências mais essenciais, que se tornam quase imprescindíveis, para o micronegócio ter sucesso e eficiência em suas atividades, auxiliando assim possíveis programas de capacitação de empreendedores locais que o CEAPE/PB queira desenvolver.

Diante do exposto se levanta o seguinte **problema de pesquisa**: quais as principais características que conduzem os empreendedores, clientes CEAPE/PB, ao sucesso?

E, a partir desse problema, este trabalho tem como **objetivo geral** identificar as principais características dos empreendedores de sucesso, clientes CEAPE/PB, em atividade na cidade de Campina Grande.

Os **objetivos específicos** são: identificar os principais motivos pelos quais as pessoas se tornam empreendedoras; averiguar quais são as principais causas do insucesso dos empreendedores; comparar se há alguma incompatibilidade entre as características empreendedoras citadas pelos autores em suas publicações e as descritas pelos próprios empreendedores em estudo.

Além da introdução, este trabalho é composto por mais outras quatro seções subseqüentes, a saber: A Organização, Fundamentação Teórica, Desenvolvimento do Estágio, este subdividido em duas partes (Aspectos Metodológicos e Apresentação e Análise dos Resultados) e por fim, as Considerações Finais.

CAPÍTULO 2- A ORGANIZAÇÃO

No intuito de aplicar, num caso real, os conhecimentos adquiridos, a instituição de microcrédito que serviu de base para a pesquisa com clientes aqui realizadas foi o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Paraíba (CEAPE/PB).

O CEAPE/PB é uma associação civil, de direito privado, sem fins lucrativos, com atuação no Estado da Paraíba, dedicada ao desenvolvimento econômico de pequenos empreendimentos e microempresas, dirigidas por pessoas de baixa renda.

O Centro foi fundado em 15 de outubro de 1993, inscrito sob Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) número 70.097.795/0001-83, como uma Organização não Governamental (ONG), mas, em agosto de 2000 o Governo Federal lançou uma legislação especial e o CEAPE/PB passou a ser qualificado como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). A sede do CEAPE/PB encontra-se localizada à Rua Vidal de Negreiros, 18, Centro, Campina Grande – PB, município onde foram iniciadas suas atividades em abril de 1994. Mas, atualmente, a instituição conta com mais sete postos, a saber: João Pessoa, Sousa, Cajazeiras, Pombal, Patos, Guarabira e Monteiro, que juntos atendem 60 municípios do Estado da Paraíba.

O público alvo do CEAPE/PB, ou seja, seu mercado consumidor, são os proprietários de pequenos empreendimentos informais ou microempresas, que, em sua grande maioria, não possuem acesso a linhas de créditos de instituições bancárias ou financeiras, por não possuírem garantias reais para oferecerem em troca do empréstimo. A missão da entidade, conforme é definida em documentos internos, *é a melhoria da qualidade de vida dos empreendedores de baixa renda, através da massificação do crédito orientado, no Estado da Paraíba, como estratégia de combate à pobreza.*

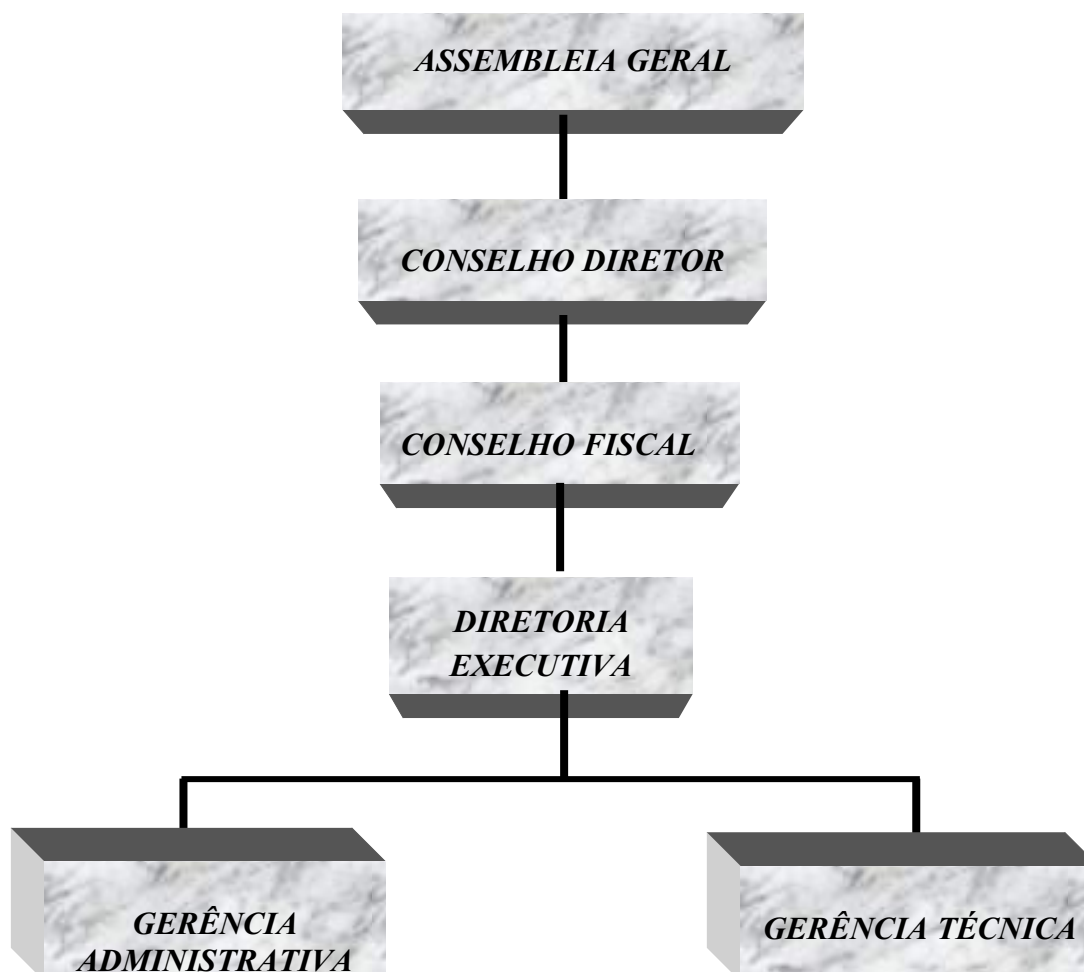
O mercado fornecedor do CEAPE/PB são as instituições que fomentam o capital usado pela instituição, na forma de empréstimos, são elas: Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Também o CEAPE/PB se utiliza de parcerias com algumas instituições, a exemplo o Serviço Brasileiro de Apoio às Microempresas (SEBRAE), para obter capital.

Os serviços oferecidos pelo CEAPE/PB se mostram na forma de empréstimo de capital para os empreendedores do setor informal ou de microempresas, onde estes podem obter

empréstimo junto à instituição através de crédito individual com um avalista ou através de grupo solidário¹, de 3 a 5 integrantes. Os créditos são direcionados para capital de giro ou para investimento em capital fixo.

O organograma funcional da instituição encontra-se atualmente conforme figura 1.

Figura 1: Organograma funcional do CEAPE/PB



Importante salientar, ainda sobre a instituição, que ela faz parte de um sistema existente a nível nacional, composto por onze entidades autônomas e independentes, coordenadas pelo CEAPE NACIONAL. Todos os Centros trabalham com as mesmas metodologias: creditícias e

¹ Reunião voluntária de empreendedores, que não possuem garantias reais individuais suficientes, que se conheçam e tenham a confiança mútua e estejam dispostos a adquirir o crédito grupal, cumprindo os requisitos exigidos para tal.

técnico gerenciais, e com a mesma filosofia (composta pela missão e pelos objetivos gerais e específicos).

É interessante acrescentar que o CEAPE/PB atualmente conta com uma carteira ativa de R\$ 1.977.554,01, que corresponde a 3.336 clientes ativos e que desse montante 69 % são do sexo feminino.

Os dados a seguir mostram o desempenho do CEAPE/PB no ano de 2006:

- a) 95,03% dos créditos concedidos foram para o setor informal².
- b) 95,60% foram liberados sob a modalidade de grupos solidários e 4,40% individual, com avalista.
- c) Os créditos concedidos, por setor de atividade econômica, apresentam a seguinte distribuição: comércio 85,75% produção 9,16% e prestação de serviços 5,09%.

² Segundo o Ministério do Trabalho, todas as empresas registradas integram o setor formal e as demais fazem parte do setor informal.

CAPÍTULO 3 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1. Conceito de Empreendedorismo

Empreendedorismo é uma expressão usada para expressar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, sua atuação. A palavra empreendedorismo tem sentido bastante amplo, mas no caso específico, envolve a geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, seja na produção do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, entre outros.

De acordo com Dolabela (1999) Empreendedorismo tem conotação prática, mas também envolve atitudes e idéias. Significa fazer coisas novas ou desenvolver maneiras novas de fazer as coisas. A iniciação para a prática empreendedora envolve tanto o desenvolvimento da autoconsciência quanto o do know-how, ou seja, um auto-aprendizado adquirido pela vivência e pela prática.

Pela afirmação acima, pode-se dizer que, o empreendedor não é conhecido apenas como aquele que cria novos negócios, mas também é possível ser empreendedor dentro de empreendimentos já constituídos, inovando em negócios já existentes.

A capacidade de empreender está intimamente associada ao desenvolvimento satisfatório de uma certa atividade, assim sendo, Gonçalves (2003, p.19) enfatiza que:

Empreender enseja quebrar uma lógica de mercado, modificar uma dinâmica até então válida e oferecer ao mercado um negócio realmente novo. Não é por outro motivo que inovação e criatividade andam de braços dados com o empreendedorismo .

Esta lógica de visão empresarial ainda pode ser resumida por Trajan (2003, p.16) da seguinte forma:

A maneira como escolhemos olhar para o mundo ao redor molda tanto a nossa mente como o nosso coração. O mesmo vale para as empresas: a maneira como seus dirigentes escolhem olhar para o mercado e, a partir daí, atuar determina o seu destino de sucesso ou fracasso.

Ações que visem satisfação financeira ou pessoal podem estar associadas ao empreendedorismo, a forma como se percebe o futuro de um negócio ou até mesmo o sentimento de realização de um objetivo traçado são atitudes que configuram o chamado espírito empreendedor, que já vem enunciado por diversos autores contemporâneos, a exemplo de Drucker (considerado o pai da Administração por Objetivos ou administração por resultados, da abordagem neoclássica) e Max Weber (criador da Teoria da Burocracia em Administração, da abordagem estruturalista).

O empreendedorismo estimula o desenvolvimento como um todo e o desenvolvimento local, apoiando a pequena empresa, criando empregos e minimizando as conseqüências negativas advindas com os novos tempos, como exemplo o desemprego e a instabilidade. Da mesma forma, o empreendedor sabe persuadir pessoas, convencendo-as de que sua visão pode levá-las a uma situação melhor no futuro. Identificar oportunidades é também um grande diferencial de um empreendedor, ele tem a capacidade de percebê-las e busca os recursos para transformá-las em algo rentável. Não se torna imprescindível que ele disponha de meios para criar seu negócio, contudo ele deve ter a faculdade de atrair tais recursos, provando não apenas para os outros, mas para si mesmo, que ele é capaz de torná-lo realidade. O dinheiro para ele é apenas um meio de alcançar seu objetivo e não a finalidade em si.

A caracterização do empreendedorismo como um novo modelo de gestão concomitante aos paradigmas (econômicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais etc), atuantes de forma cada vez mais crescentes nos nossos tempos, é corroborada pela produção literária cada vez maior sobre os seus fundamentos e metodologia, principalmente a partir da segunda metade dos anos 80.

Pereira (1995 apud SILVA, 2002, p.87) configura o empreendedorismo como um dos modelos de gestão que se destacam neste período de transição e da emergência de novos paradigmas, caracterizando-o quanto aos seus fundamentos teóricos e suas principais metodologias de gerenciamento.

3.2. Origem e evolução

Há controvérsias nos dias atuais, no que condiz a uma definição única e concisa sobre o termo empreendedorismo, visto que as definições são propostas por pesquisadores de diferentes campos de estudo, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para formular o conceito.

Segundo Dolabella (1999), duas correntes do pensamento abordam o conceito de empreendedor de formas diferentes: os economistas, pioneiros no campo, o associam à inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativo e intuitivo. Dois economistas, Cantillon (1755) e Jean – Baptiste Say (1803), dedicaram atenção à criação de novas empresas e seu gerenciamento.

Cantillon foi o primeiro a introduzir o termo nas ciências econômicas, no entanto, foi através de J.B. Say, no início do século XIX, que a expressão tornou-se conhecida, enfocando a pessoa que movia recursos econômicos de qualquer natureza, de uma área de menor produtividade para uma área de mais resultados e possibilidades.

O termo empreendedorismo é uma palavra francesa derivada da expressão *entreprendre*, que significa ‘tentar’, ‘comprometer-se a’ ou simplesmente ‘empreender’ (SILVA, 2002). Em seguida, a palavra ‘empreendedorismo’ foi importada para o inglês (*entrepreneurship*) no início do século XX, para referir-se ao empreendedor como um ser inovador e agente de mudanças, tornando-se uma expressão bastante comum no meio econômico, permanecendo até os dias de hoje.

Filion considera Jean Baptiste Say o pai do empreendedorismo, mas foi Schumpeter quem deu projeção ao tema, visto que, relacionou de uma vez o empreendedor a idéia de inovação, fazendo-o assim, o meio que lança e explica o desenvolvimento econômico.(DOLABELLA, 1999).

Buscando compreender os diversos motivos que levam uma pessoa a empreender, vários estudiosos encontraram suas respostas nos traços pessoais e atitudes do empreendedor. Max Weber (1930 apud DOLABELLA 1999) utilizou o sistema de valores para explicar o comportamento empreendedor. Já David MacClelland (1961 apud DOLABELLA, 1999) enfatizou a história para tentar explicar a busca pela auto-realização que os empreendedores possuem. Segundo ele, os heróis nacionais seriam tidos como modelos a serem seguidos pelas

gerações seguintes, onde estas copiariam os seus comportamentos e se auto motivavam a vencer os obstáculos e se superar continuamente. Contudo Dolabella (1999, p.48) diz que:

[...] vários pesquisadores consideram a teoria de McClelland inadequada, alegando que a necessidade de auto - realização não pode ser tomada como definidora da motivação para empreender, pois é definida por valores mutáveis, existentes em uma dada sociedade e em um dado momento.

Mesmo com essa discordância em relação à teoria de McClelland, é inegável a sua contribuição na busca de uma definição para o empreendedorismo, visto que a sua teoria demonstrou que os seres humanos tendem a repetir comportamentos, o que muitas vezes motiva alguém a se tornar empreendedor.

Os comportamentalistas influenciaram os conhecimentos na área do empreendedorismo, por cerca de 20 anos, até a década de 1980, porém suas pesquisas e publicações que tentavam definir as características dos empreendedores produziam resultados muitas vezes contraditórios. Até os dias atuais, não há um consenso estabelecido sobre o perfil psicológico do empreendedor, devido às inúmeras variáveis que ocorrem em sua formação.

Segundo Birley (2001) a oferta de empreendedores é enormemente diversificada e variável ao longo do tempo. E é influenciada em parte pela genética, pela formação familiar, pela região de origem, pelas experiências profissionais anteriores e pelo ambiente econômico. Portanto, pesquisas nesta área devem considerar todos esses elementos na amostragem, o que não foi feito pelos comportamentalistas.

Por definição, empreendedores são indivíduos e não organizações. Logo, é natural que sejam influenciados por aspectos culturais relacionados à sua formação ou pelo contexto em que vivem, segundo Lundström & Stevenson (2001 apud MAMEDE, 2003).

Assim sendo, regiões em que existe uma percepção mais favorável em relação a fatores como risco, competição e individualismo (como nos EUA e alguns países da Europa Ocidental), são observados níveis mais elevados de empreendedorismo do que em países onde estas características não são tão acentuadas como, por exemplo, no Japão.

Desde o surgimento do empreendedorismo como campo de estudo, muitos estudiosos e pesquisadores tentam estabelecer o empreendedorismo como uma ciência baseada em princípios universalmente aceitos e com modelos quantitativos. Todavia, deve-se atentar ao fato de que os empreendedores atuam num ambiente de constantes e rápidas mudanças, onde se torna

impossível definir um único papel e função para eles. Bygrave (1989 apud DOLABELLA, 1999, p. 50) adverte que “a pesquisa em empreendedorismo deve se distanciar do paradigma da física e buscar a sua própria lógica através de pesquisas qualitativas”.

O empreendedorismo expandiu-se consideravelmente após a década de 1980, e passou a despertar a atenção de varias ciências humanas e gerenciais.

3.3. Revolução do Empreendedorismo

Diversas mudanças marcaram, principalmente no século XX, e vem marcando a estrutura do negócio e da sociedade atual. Transformações estas que revolucionaram o estilo de vida das pessoas em todo o mundo. De um modo geral, Dornelas (2005) enfatiza que essas invenções são efeitos da inovação, de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes, havia tido a percepção suficiente para realizar de outra forma. As principais invenções estão descritas no quadro abaixo:

Quadro I - Algumas invenções e conquistas do século XX

Ano	Invenção
1903	Avião motorizado
1915	Teoria geral da relatividade de Einstein
1923	Aparelho televisor
1928	Penicilina
1937	Náilon
1943	Computador
1945	Bomba atômica
1947	Descoberta da estrutura do DNA abre caminho para a engenharia Genética
1957	Sputnik, o primeiro satélite
1958	Laser
1961	O homem vai ao espaço
1967	Transplante de coração
1969	Homem chega à Lua; início da Internet, Boeing 747
1970	Microprocessador
1989	Word Wide Web
1993	Clonagem de embriões humanos
1997	Primeiro animal clonado: a ovelha Dolly
2000	Seqüenciamento do genoma humano

Fonte: Dornelas (2005, p.22)

Para o desenvolvimento dessas invenções foram necessárias pessoas com determinadas características específicas, pessoas com ampla visão, que vêem o futuro, fazem a diferença e fazem acontecer e empreender. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem boas idéias, disposição para correr riscos, iniciativa e dedicação ao trabalho, querem ser reconhecidas e admiradas. Enfim, os empreendedores estão revolucionando o mundo, e dessa forma, o próprio processo empreendedor deve ser abordado em sua plenitude.

Contextos sóciopolíticos, culturais, tecnológicos, como também do capitalismo serviram de base para diversos conceitos administrativos que vigoraram no século XX. Dentre os mais importantes, segundo Dornelas (2005, p. 21) pode-se citar:

[...] no início do século o movimento da racionalização do trabalho; na década de 1930, o movimento das relações humanas, nas décadas de 1940 e 1950, o movimento do funcionalismo estrutural; na década de 1960, o movimento dos sistemas abertos; nos anos 70, o movimento das contingências ambientais. No momento presente, não se tem um movimento predominante, mas acredita-se que o empreendedorismo irá, cada vez mais, mudar a forma de se fazer negócios no mundo. O papel do empreendedor foi sempre fundamental na sociedade.

O quadro abaixo mostra esses conceitos:

Quadro II - Evolução histórica das teorias administrativas

Década	Movimento	Conceito administrativo
1900 a 1920	Racionalização	Gerencia administrativa
1930 a meados de 1940	Relações humanas	Processos
1940 a 1950	Funcionalismo	Gerência por objetivos
Meados de 1950 a meados de 1970	Sistemas abertos	Planejamento estratégico
1970 a meados 1980	Contingências ambientais	Competitividade
Meados de 1980 até dias atuais	Não há movimento predominante	Aumento foco empreendedor como gerador de riqueza para sociedade

Fonte: adaptado de Dornelas (2005, p.23)

Com a crescente evolução do trabalho e das relações sóciopolíticas e econômicas, a época atual vem se focando cada vez mais no papel do empreendedor como gerador de riqueza para a

sociedade. Por isso, Dornelas (2005, p.22) diz que “o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo”, pois são os empreendedores que estão criando novas relações de trabalho, estão quebrando paradigmas, renovando conceitos econômicos e proporcionando novas relações de trabalho e novos empregos.(CFE QUADRO II ANEXO NA MONOGRAFIA).

Há algum tempo, nas escolas de administração, o ensino era voltado para formar profissionais para administrar grandes empresas e não para criar empresas.(1) Contudo, o cenário sóciopolítico e econômico em que vivemos na atualidade, mudou e vem mudando cada vez mais rápido. Conseqüentemente, tanto os profissionais experientes, quanto os novos e também as escolas de ensino não se viram preparadas para enfrentar o advento dessas transformações. Em vista disso, o empreendedorismo vem adquirindo um grau de importância cada vez maior nas discussões do meio acadêmico e social, a exemplo do que ocorreu nos países desenvolvidos, onde os empreendedores são propulsores da economia.

O empreendedorismo é visto como um ramo da administração de empresas.(2) Existem na atualidade, milhares de cursos de graduação em empreendedorismo e MBAs focalizando essa área. Universidades de países desenvolvidos, em especial nos Estados Unidos, criam um centro de empreendedorismo, onde são estabelecidas ações que visam dar suporte aos negócios emergentes. Há entre os estudiosos de empreendedorismo, dentre eles Dolabella, a sustentação do argumento de que a administração de empresas está contida no empreendedorismo.

[...] aquela ciência lida com o gerenciamento, forma pessoas capazes de operar um sistema já existente, otimizá-lo, desenvolvê-lo, enquanto o empreendedor, além de lidar com o gerenciamento, cria novos sistemas em que o gerente irá operar. Ou seja, sem o empreendedor não haverá a função gerencial. (DOLABELLA, 1999, p.46).

O empreendedorismo também possui um lugar de destaque nas políticas públicas na maioria dos países, especialmente nos Estados Unidos. No ano de 1998, foi organizada a *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*,(3) uma pesquisa liderada pelo Babson College, nos Estados Unidos e da London Business School, na Inglaterra, cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis.

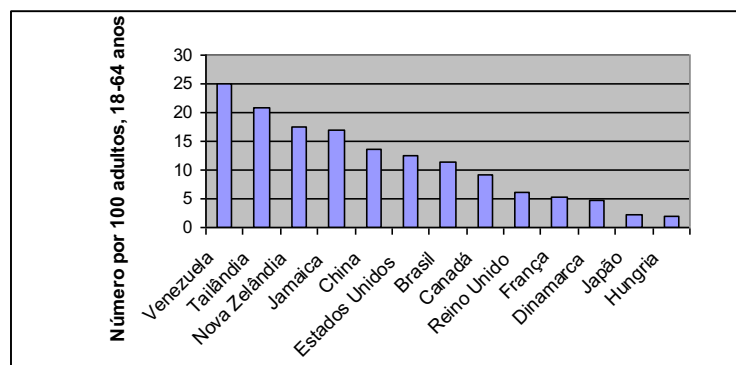
Desde 1999 até hoje, quando realizou seu primeiro ciclo, o estudo contou com a participação de mais de 40 países de todos os continentes e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social, tornando-se a investigação de maior atuação em sua área. Desde 2000, o Brasil participa do GEM. No ano de 2005, foi realizado o sexto ciclo ininterrupto

de coleta e análise de dados. O GEM foi uma iniciativa pioneira que traz novas informações a cada ano sobre o empreendedorismo mundial. Segundo GEM (2005), o número de países participantes cresceu de 10, em 1999, para mais de 30, em 2000, chegando a 41, em 2003.

É cada vez maior e constante, a atuação do GEM no Brasil, seus relatórios, sumários e estudos possibilitam a estruturação de uma nova linguagem do empreendedorismo. Da mesma forma, o aumento da frequência com que governos e tomadores de decisão, públicos e privados, põem demandas à equipe quando agem em função do desenvolvimento dos negócios, corrobora a consolidação da pesquisa no Brasil. Esse aumento de interesse verifica-se também, nos meios de comunicação e entre estudiosos do empreendedorismo.

Dentre os países que compõem o GEM, alguns possuem atividades de destaque no empreendedorismo, como exemplo tem-se a Alemanha, que vem implementando programas de apoio financeiro para a criação de novas empresas. Da mesma forma, em Israel, há o Programa de Incubadoras Tecnológicas, onde mais de quinhentos negócios foram criados nas 26 incubadoras do projeto. Já na França, adotam-se medidas de engajamento com os estudantes universitários, onde incubadoras sediadas nas próprias universidades estão sendo criadas. Mesmo assim, com todos esses inúmeros investimentos na área do empreendedorismo ao redor do mundo, o Brasil continua em 2005, conforme dados do GEM (2005) entre as nações onde mais se criam negócios. O país registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes do GEM, conforme gráfico 1.

Gráfico 1- Empreendedores iniciais por países – 2005



Fonte: adaptado do GEM (2005)

Em todo o mundo, a ênfase no empreendedorismo vai além de ações dos governos nacionais, seu relevante papel sócio transformador está fazendo com que muitas organizações

multinacionais implementem programas e ações nesse sentido. A principal razão para tamanho interesse dessas nações pelo empreendedorismo, deve-se ao fato dos Estados Unidos desenvolverem inúmeras iniciativas, tanto do governo local, como de empresas privadas no intuito de promoverem o desenvolvimento do empreendedorismo no país, assim essas nações tem os Estados Unidos como modelo a ser seguido para aumentar o nível de sua atividade empresarial. O governo americano investe milhões de dólares por ano em programas de apoio ao empreendedorismo.

3.4. Importância econômica

O empreendedorismo apresenta-se como de suma importância para o desenvolvimento econômico, na medida em que está relacionado com mudanças na estrutura dos negócios e da sociedade, onde esta mudança vem sendo acompanhada pelo crescimento e aumento da produção. Assim, a inovação torna-se essencial ao crescimento econômico, não só no desenvolvimento de produtos e ou serviços, como também, fator propulsor na geração de novos empreendimentos.

São muitos obstáculos encontrados pelo microempreendedores para gerarem ou investirem em seus empreendimentos, dificuldades estas que vão desde falta de habilidades administrativas a ausência de recursos financeiros. Mesmo assim, a atividade empreendedora é de fundamental relevância à economia, pois através dela cria-se novos empregos e possibilita melhoria da qualidade de vida dos empreendedores.

O economista Joseph Shumpeter (1949 apud DEGEN 1989) descreveu a contribuição dos empreendedores na formação da riqueza do país, como o processo de destruição criativa. Sendo este processo considerado o estímulo básico que lança e mantém em marcha o motor capitalista. Assim, empreendedor é o agente de mudanças capaz de gerar constantemente novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, associado à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

Degen (1989, p. 9) acredita que [...] “o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços”.

No final da década de 90, a intensificação do empreendedorismo no país acarretou grande importância, pois auxiliou não apenas a criação de pequenos empreendimentos, como também proporcionou uma diminuição da mortalidade destes, advindos em função da capacidade empreendedora das pessoas, onde estas, por diversos motivos, optaram por abrir seu próprio negócio, seja por opção, por necessidade ou outra circunstância qualquer.

A globalização também foi decisiva na medida em que possibilitou a grandes empresas, antes gigantes e cheias de mão-de-obra, diminuírem seus custos reduzindo seu contingente de pessoal, gerando assim uma grande massa de desempregados. Conseqüentemente, a fim de evitar os efeitos do desemprego, essas pessoas optam por iniciar seu próprio negócio, muitas vezes sem experiência, mas com algum recurso próprio proveniente da sua demissão. O fato da estabilidade econômica também foi bastante positivo para o desenvolvimento desses novos empreendimentos.

Dornelas (2005) enfatiza que a partir do estudo anual do GEM, duas definições de empreendedorismo surgiram. A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor sabe onde quer chegar, cria um negócio planejado antecipadamente, projeta seu crescimento a fim de gerar emprego e renda. Este tipo de empreendedorismo está intimamente associado ao desenvolvimento econômico. A segunda conceituação seria o empreendedorismo de necessidade, onde a pessoa abre um micro negócio por não ter outra opção, muita vezes por causa do desemprego ou por não ter alternativas de emprego. Nesse caso, os empreendimentos, na maioria das vezes, são informais e, como não são planejados, possuem um nível de mortalidade bem elevado.

Olhando nesse mesmo enfoque, Dolabella (1999) diz que os empreendedores podem ser voluntários, que têm motivação para empreender, ou involuntários que são forçados a empreender por motivos externos à sua vontade, tais como desemprego, imigrantes, baixos salários, etc. Assim, fazendo uma analogia, pode-se dizer que os empreendedores involuntários são guiados pelo empreendedorismo de necessidade, enquanto que os empreendedores voluntários, se usam do empreendedorismo de oportunidade.

Esse tipo de empreendimento é bastante comum em países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil. Contudo, não basta o país estar entre as primeiras posições no *ranking* do empreendedorismo, é necessário acima de tudo, incentivar e fortalecer o empreendedorismo de oportunidade, visto que, especialmente no caso brasileiro, o índice de empreendedorismo de oportunidade tem ficado abaixo do índice de empreendedorismo de necessidade, mesmo tendo

apresentado uma melhoria no decorrer dos anos, conforme dados do GEM (2005).Dolabella (1999, p.45) afirma que:

[...] por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão, etc.

Assim, o empreendedorismo vai além de uma solução para o desemprego, visto que ele desperta nas pessoas um sentimento de mudança, onde estas se sentem capazes de enfrentar um mundo em constante transformação, possibilitando a estes terem melhores condições de vida.

Por isso, o momento atual pode ser definido como a era do empreendedorismo, visto que a ênfase no assunto surge cada vez mais como um produto das mudanças sociais e econômicas e não apenas como um modismo. Dornelas (2005, p.22) afirma que:

Os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

3.5. O empreendedor e suas características

O significado da palavra empreendedor muda de acordo com o país e a época. Filion (1991 apud DOLABELLA, 1999, p.67). No fim do século XVII, empreender era tido como firme resolução de fazer qualquer coisa. No século XIX e início do século XX, o termo abordava os grandes capitães de indústria, como Ford nos Estados Unidos, Peugeot na França, Cadbury da Inglaterra e Toyota no Japão. Já nos dias atuais, o termo refere-se a atividades que envolvem além da criação de negócios, diversos outros temas como o intra-empreendedorismo (empreendedor dentro da empresa), o empreendedorismo comunitário, políticas públicas para micro-negócios, entre outros.

O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, isto define o empreendedor e o empreendimento: o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.(DRUCKER, 1986 apud SILVA, 2002, p.86).

Drucker analisa o empreendedor como aquele que pratica a inovação sistematicamente através da mudança. O empreendedor busca as fontes de inovação e cria oportunidades. Para o autor, o significado da palavra empreendedorismo está associado àquela pessoa que pratica uma empreitada laboriosa e difícil.

O empreendedor é definido por Dolabela (1999) como alguém que sabe o que quer fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em consideração seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Dedicando-se intensamente, já que trabalho se confunde com prazer. Na mesma linha de pensamento Dornelas (2005, p.39) enfatiza que:

[...] o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontra-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. iniciativas para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. aceitar assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Já o Guia Pequenas Empresas Grandes Negócios - PEGN (2002), enfatiza que empreendedores são pessoas que fazem a diferença, aqueles que são especialistas em perceber necessidades e problemas e, ao mesmo tempo, já enxergam a solução, inovando e correndo riscos. Assim, eles identificam oportunidades, agarram-nas e buscam os recursos necessários (capital, matérias-primas, mão-de-obra e tecnologia) para transformá-las em negócios.

Até há pouco tempo acreditava-se que o empreendedor já nascia assim com suas características triviais ao sucesso nos negócios, ou seja, desde que nascia a pessoa já estava predestinada a ser empreendedora. Atualmente, essa visão tornou-se equívoca e ultrapassada, visto que pessoas que não possuíam esses traços, desde cedo, sentiam-se desencorajadas e incapacitadas a abrir algum negócio.

Cada vez mais, acredita-se que as características condizentes a um empreendedor de sucesso podem ser ensinadas e absorvidas por qualquer pessoa, uma vez que o sucesso nos negócios é decorrente tanto de fatores internos, quanto externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele gerencia os obstáculos no decorrer de seu empreendimento. (PEGN, 2002).

A definição do perfil do empreendedor, conforme Dolabela (1999, p. 36), é importante “para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas”. A busca de

novos caminhos e soluções é o que caracteriza basicamente o espírito criativo e pesquisador do empreendedor. O perfil do empreendedor, descrito na obra é o seguinte:

- O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio.
- É um fenômeno regional, ou seja, existem cidades, regiões, países mais ou menos empreendedores do que outros. O perfil do empreendedor (fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de um lugar para outro. (IBIDEM, 1999 p. 28).

Pela definição acima do autor, pode-se perceber claramente que o saber do empreendedor não se baseia apenas em fontes de conhecimentos adquiridos em livros técnicos, relatórios de pesquisas, cursos, etc., mas todo seu saber, ou grande parte dele, é proveniente de sua vivência, suas experiências, do meio em que vive, dos estímulos que recebeu, e muito mais. Possui a faculdade de utilizar seus sentidos a fim de retirar do meio aquilo que lhe é essencial, possui um sexto sentido bastante aguçado. Contudo, vale salientar, que mesmo o empreendedor tendo as características condizentes ao sucesso, isso não implica que ele alcançará o sucesso, pois além das características pessoais do indivíduo, existem fatores externos que influem no seu negócio, como exemplo, a política adotada pelo governo, fornecedores, crises no mercado, sócios e empregados ineficientes, entre outros.

O estudo do comportamento empreendedor foca-se na tentativa de identificar as principais características que as pessoas consideradas como empreendedoras possuem, da mesma forma, os fatores que as levam a estarem sempre buscando novos desafios profissionais e a criar novos negócios. Dessa forma, estudar padrões de comportamento empreendedor comporta observar competências desses indivíduos.

Competência, segundo a ótica de Resende (2000) envolve a transformação de conhecimentos, aptidões, habilidades, interesse, vontade, entre outros resultados práticos. Conforme, já foi abordado em outras partes do trabalho e torna-se preciso enfatizar aqui novamente, que ter competência e experiência e não saber como aplicá-los a uma certa finalidade, não implica em ser competente, pois tem de haver todo um conjunto de ações necessárias e, que juntas irão se unir ao objetivo fim.

É fato, que é praticamente impossível para um empreendedor possuir todas as características necessárias para alcançar o sucesso, contudo é vital que ele saiba identificar as que

ele possui, tentando potencializá-las cada vez mais, como também detectar as que não possuem, buscando desenvolvê-las. As quatro variáveis que circundam o estudo das características dos empreendedores de sucesso, segundo Dolabela (1999) são descritas como: conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos.

Conhecimento refere-se ao conjunto de experiência, valor, informação contextual, os quais proporcionam uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações. Davenport & Prusak (1998). O conhecimento existe dentro das pessoas e comporta toda complexidade e imprevisibilidade humana.

Habilidade é definida por Ferreira (1993) como uma qualidade de quem tem aptidão ou capacidade para algo, isto é, uma capacidade de quem é hábil, capaz, inteligente e tem facilidade em executar qualquer coisa. Todos os indivíduos possuem pontos fortes e fracos em termos de habilidades e estas se dividem em: habilidades intelectuais e físicas. Habilidades intelectuais são necessárias ao desempenho de atividades mentais, já as habilidades físicas são aquelas usadas para desenvolver trabalhos manuais e padronizados, e que não requerem tanto, uma capacidade intelectual.

Atitude, segundo Robins (1998) são parte da personalidade de um indivíduo, sendo assim, também derivam da genética, ambiente e situação em que as pessoas vivem. No campo da Administração, um estudo que buscou entender a relação entre atitude e comportamento foi a Teoria da Dissonância Cognitiva, desenvolvida no final dos anos da década de 1950. A teoria pregava que os indivíduos não podem evitar dissonâncias, ou seja, desconfortos entre suas atitudes, mas podem procurar sempre minimizá-los, reduzindo assim o desconforto, o que não significa que os indivíduos sempre se movem em direção à coerência.

Talento, no âmbito popular, é definido como sendo um dom natural ou adquirido desde o nascimento, ou seja, o indivíduo já nasce predestinado a ter ou não certo talento. Contudo, no decorrer da vida, as pessoas se defrontam com as mais diversas situações, como trabalho, família, escola, amigos entre outros e estes vão proporcionando o desenvolvimento de alguns talentos, formando suas características individuais.

Assim pela explanação dos conceitos das características empreendedoras (conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos) pode-se perceber que há um conjunto de características que os indivíduos querem e tentam obtê-las, enquanto outras, a própria vida traz, no decorrer das mais variadas situações que o indivíduo vive.

As características empreendedoras (conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos) que direcionam e levam um indivíduo ao sucesso, segundo Dolabela (1999), são as seguintes:

- Autonomia;
- Autoconfiança, acreditar no seu potencial;
- Necessidade de realização;
- Perseverança;
- Ser trabalhador “incansável”;
- Intuição;
- Busca constante pelo aprimoramento de suas competências profissionais;
- Alavancar e controlar recursos financeiros;
- Idealismo e criatividade;
- Capacidade de liderança;
- Pensar no curto, médio e longo prazo;
- Saber formar rede de relações;
- Conhecer muito bem o ramo de atuação;
- Traduzir pensamentos em ações;
- Capacidade de persuasão;
- Somente assumir riscos moderados;
- Ser polivalente.

Já as características empreendedoras (conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos) que direcionam e levam um indivíduo ao sucesso, segundo Robbins (2000) são as seguintes: grande disposição para trabalhar; autoconfiança; otimismo; determinação; alto nível de energia; elevada necessidade de realização; forte confiança em sua capacidade de realização e desejo de correr riscos apenas moderados.

Segundo Nasajon (2004, p.5), existem alguns mandamentos básicos, enfim características necessárias aos empreendedores de sucesso, são elas: assumir riscos; identificar oportunidades; conhecimento; organização; tomar decisões; liderança; dinamismo, independência, otimismo e tino empresarial, ou seja, empreendedores possuem uma intuição, um faro para os negócios.

De forma mais específica, as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e pessoais. Segundo Dornelas (2005) as habilidades técnicas envolvem a capacidade para escrever, ouvir pessoas e absorver informações, ser organizado, saber lidar com sua equipe e adquirir um auto-aprendizado pela prática. As habilidades gerenciais envolvem as etapas de desenvolvimento de uma empresa, e sua relação com as áreas de marketing, administração, finanças, produção, tomada de decisão, entre outras. Já as habilidades pessoais incluem, ter visão e persistência, ser inovador, assumir riscos.

Embora ainda não haja concordância sobre a definição do que significa ser empreendedor para os estudiosos, tem sido de grande relevância, as pesquisas referentes ao tema. Nos dias de hoje, já é possível descrever as características mais comumente encontradas nos empreendedores de sucesso, (conforme as descritas acima por alguns autores) e assim, torna-se possível, utilizá-las em programas de formação de empreendedores.

3.6. Setor Informal

A natureza complexa do setor informal torna seu conceito motivo de grande controvérsia técnica e acadêmica, não se chegando a uma definição única e exata quanto a sua natureza e ao seu tamanho. Existem diversas revisões de literatura, desde a primeira referência ao tema numa pesquisa realizada na África, especificamente nos países de Gana e Quênia, no ano de 1972, onde estudos foram realizados no âmbito do Programa Mundial de Emprego, lançado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

De acordo com a OIT (apud ROCHA, 2001, p.85) o setor informal seria identificado por um conjunto de características, tais como: (a) propriedade familiar do empreendimento; (b) origem e aporte próprios dos recursos; (c) pequena escala de produção; (d) facilidade de ingresso; (e) uso intensivo do fator trabalho e de tecnologia adaptada; (f) aquisição das qualificações profissionais à parte do sistema escolar de ensino; e (g) participação em mercados competitivos e não regulamentados pelo Estado.

Nessa concepção, pode-se dizer que o setor informal está relacionado às atividades de baixo nível de produtividade, para trabalhadores independentes ou por conta-própria, e para empresas muito pequenas não organizadas institucionalmente.

As idéias básicas que qualificam as afirmações acima são apresentadas no estudo sobre o Quênia, conforme já citado. Como enfatiza Cacciamali (1983), no primeiro momento desta construção teórica, a conceituação apresentada pela OIT para definição do setor informal tem como traço principal a associação do segmento à pobreza, com sua face mais evidente na questão do subemprego e da precariedade ocupacional.

Dessa forma, a partir dos primeiros estudos, a expressão setor informal é rapidamente divulgada. Porém, a maioria dos estudos estabelece delimitações da informalidade a partir de elementos, os mais diversos possíveis (renda, produtividade, tamanho da empresa, regularidade da atividade), cuja principal característica é a imprecisão na definição do objeto de estudo.

A idéia de setor informal na América Latina aparece nos trabalhos desenvolvidos na primeira metade dos anos 70, a partir do Programa Regional de Emprego para a América Latina – PREALC, constituído pela OIT como parte do Programa Mundial de Emprego. O pensamento do PREALC sobre como se manifesta a falta de emprego em países atrasados tem como procedência, os trabalhos clássicos da OIT sobre a situação econômica do Quênia e Gana.

Outra concepção para o termo setor informal é aquela que o define sob o aspecto da legalidade, ou seja, sob o aspecto jurídico ou em suas relações capital-trabalho, conforme pode ser identificado em De Soto (1987) a economia informal, também chamada neste enfoque de economia subterrânea (invisível, oculta, submersa) seria um conjunto de atividades econômicas não-registradas, não-declaradas ao Estado, extralegais, porém socialmente lícitas. Cacciamali (1983 apud MELO e TELES, 2000, p.8) também partilha desta visão ao afirmar que o setor informal “é composto por agentes que atuam à margem da regulação do Estado”.

Na mesma linha de pensamento, Vasconcellos (1999) diz que na prática da atualidade econômica brasileira, o setor informal tem sido uma saída para milhares de brasileiros, que buscam alternativas para continuar a garantir seu sustento e o de sua família ou para aqueles que não conseguem se engajar no mercado de trabalho formal, sobretudo por falta da oferta de vagas.

Desta forma, um novo ângulo pode ser acrescentado ao setor informal, que é o do mercado de trabalho, sendo aquele setor muitas vezes caracterizado como o setor da precariedade da ocupação, da flexibilização, do desequilíbrio no mercado de trabalho, dentre outros aspectos.

Segundo Souza (1980 apud MELO e TELES 2000, p.8):

O setor informal é composto por empresas organizadas de formas outras que não a capitalista de produção, em que não se distingue a propriedade do trabalho e do capital, e onde o salário não é a forma usual de remuneração do trabalho, e ainda, por empresas não organizadas do ponto de vista jurídico, empresas que, preenchendo a condição de serem capitalistas no sentido que se acaba de mencionar, por serem demasiadamente pequenas, não cumprem todas as obrigações legais referentes à legislação social, às leis do salário mínimo etc.

Em meados da década de 1970, o setor informal era o mal a ser combatido e o objetivo da ação do Estado era a formalização do informal. Isso significaria, grosso modo, adotar ações de fomento à regularização dos empreendimentos e/ou atividades e incremento da renda, ou seja, segundo Theodoro (2000, p.11) “o informal era então visto como um fenômeno passageiro a ser combatido”, no sentido de ser formalizado”.

Já na década seguinte Lautier (1994 apud em MELO e TELES, 2000, p. 8) mostra que:

[...] já não se tratava mais de um fenômeno tido como passageiro, mas de uma estratégia de sobrevivência, uma resposta da força de trabalho à ausência de emprego e de um sistema de seguridade universalizado. O setor informal passava a ser visto não como algo transitório, mas como um dos pilares da absorção e da reprodução da força de trabalho.

O Ministério do Trabalho, através da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), dá um novo enfoque a controvérsia existente na definição do setor formal/ informal. O Ministério diz que, todas as empresas registradas integram o setor formal e as demais fazem parte do setor informal. Enquanto que para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), seguindo os critérios adotados pela OIT, o setor informal é composto das atividades não-agrícolas que produzem bens e serviços com o objetivo principal de gerar emprego e renda, com até cinco empregados, moradores de áreas urbanas, excluídas as voltadas para o auto-consumo.

O CEAPE/PB utiliza o conceito de Setor informal adotado pelo Ministério do Trabalho, no qual todas as empresas registradas integram o setor formal e as demais fazem parte do setor informal, embora tendo consciência de que os empreendimentos informais são “unidades muito pequenas, geradoras de renda familiar, cujos proprietários trabalham diretamente nos negócios, acumulando funções produtivas e gerenciais, com pequeno número de pessoas ocupadas, recorrendo principalmente aos membros da família, dispondo de pouco capital e tecnologia rudimentar”, conforme conceito adotado pela OIT, acrescentando que são irregulares quanto à

aplicação das leis sociais e empresariais, conforme vem sendo definido nos documentos do CEAPE NACIONAL.

Dessa forma, percebe-se claramente a íntima ligação existente entre empreendedorismo e setor informal. Torna-se praticamente inviável desassociá-los, principalmente se levar em conta que toda criação de um negócio no setor informal deve-se a ação de um empreendedor visionário.

CAPÍTULO 4 – DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO

4.1. Procedimentos metodológicos

4.1.1. Tipo e natureza do estudo

Para a realização da pesquisa foi utilizado o modelo Vergara (1997), que caracteriza a pesquisa quanto aos fins e quanto aos meios. No tocante aos fins da pesquisa, é do tipo exploratório e descritivo. Segundo Diehl e Tatim (2004, p.53) “a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. A pesquisa exploratória busca uma caracterização inicial do problema, a fim de defini-lo melhor, e, além disso, possibilita localizar pessoas informadas a respeito do assunto que está sendo pesquisado. São utilizados também dados secundários, que agilizam a descoberta de novas hipóteses possíveis.

Fazendo alusão à pesquisa descritiva, Cervo (1983), afirma que a mesma procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características, além de buscar conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas.

Quanto aos meios, a pesquisa caracteriza-se por ser bibliográfica, composta por um “conjunto de materiais escritos/gravados, mecânica ou eletronicamente, que contêm informações já elaboradas e publicadas por outros autores” (SANTOS 1999, p.29) e também uma pesquisa documental, uma vez que é composta pela “utilização de documentos que ainda não receberam organização, tratamento analítico e publicação. Sendo compostos principalmente de tabelas estatísticas, relatórios, documentos informativos arquivados” (idem).

Com o objetivo de identificar as principais características dos empreendedores de sucesso, clientes CEAPE/PB, em atividade no município de Campina Grande, optou-se por um estudo de caso, visto esse tipo de estudo, segundo Santos (1999, p.27), caracteriza-se pela seleção de “um objeto de pesquisa restrito, com o objetivo de aprofundar-lhe os aspectos característicos”.

4.1.2. Caracterização do universo e da amostra

O universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum e a amostra é a porção ou parcela convenientemente selecionada do universo, segundo Marconi e Lakatos (1999). Neste caso, tem-se, o universo como sendo todos os clientes ativos CEAPE/PB, do município de Campina Grande-PB.

Os critérios usados para seleção da amostra foram o setor de atuação, o tempo de atividade dos clientes e a finalidade única e exclusiva do empreendimento na geração da renda familiar do empreendedor. Assim, a amostra foi composta pelos clientes ativos do setor informal, que tenham mais de 5 anos de atividade no empreendimento e que este seja sua única e exclusiva fonte de renda, formado por 251 clientes. A amostra foi não probabilística, por acessibilidade, em que não se faz uso de formas aleatórias de seleção, conforme citado por Marconi e Lakatos (1999). Os clientes foram abordados e convidados a responderem o formulário de livre e espontânea vontade. Foram 53 clientes que responderam ao formulário proposto.

Um dos critérios delimitados para selecionar a amostra, no caso, o empreendimento ter mais de 5 anos, levou em consideração o fato de inúmeros empreendimentos, do setor formal e informal, fecharem suas atividades até o terceiro ano de atividade, segundo dados do SEBRAE (2007). Esta percentagem é regressiva com o passar dos anos e dessa forma, empreendimentos que chegam ao quinto ano de atividade, ultrapassaram a fase crítica e terão suas chances de insucesso reduzidas.

Para caracterização do perfil da amostra, foi utilizada uma pesquisa documental, no CEAPE/PB, com dados disponíveis no software INFOCRED³, especialmente nos seguintes documentos: Ficha Cadastral, Ficha de Informação Básica da Atividade Econômica (FIBAE) dos empreendedores atendidos e Ficha de Assessoria.

As Fichas Cadastrais dos empreendedores foram preenchidas no ponto de atendimento do CEAPE/PB enquanto que as FIBAEs e as Fichas de Assessorias foram preenchidas, no campo, pelos técnicos em crédito⁴, junto aos empreendedores, tomadores de microcrédito na Instituição,

³ O INFOCRED é um software de propriedade do CEAPE NACIONAL, desenvolvido especialmente para a liberação e gestão dos créditos concedidos nas instituições afiliadas. Atualmente o software esta disponível para comercialização através da empresa INCLUDE.

⁴ Segundo a Lei nº 11.110/05 em seu Art. 1º, o técnico em crédito, ou mais comumente conhecido como agente de crédito, “é a pessoa treinada para efetuar o levantamento socioeconômico e prestar orientação educativa sobre o planejamento do negócio para a definição das necessidades de crédito e gestão voltadas para o desenvolvimento do empreendimento”.

sendo posteriormente transferidas para o software INFOCRED, para análise, preparação, liberação e gestão dos créditos.

No banco de dados eletrônico do CEAPE/PB, existem informações disponíveis quanto às características gerais dos empreendedores e dos empreendimentos. No tocante às informações dos empreendedores, constam informações quanto à idade, sexo, estado civil, número de dependentes, dentre outras.

No que diz respeito à atividade econômica, nesses documentos há informações quanto a: setor, ramo, atividade, local, origem do capital, tempo de vida do negócio, volume de emprego, aspectos administrativos e econômicos, tipos de controles, indicadores econômicos e financeiros, dentre outros.

4.1.3. Instrumento de coleta de dados

O instrumento de pesquisa utilizado foi um formulário desenvolvido por Neto (2004) e outro desenvolvido pelo SEBRAE, no curso on-line “Aprender a Empreender”, sendo adaptado para aplicação junto aos clientes que compuseram a amostra. O mesmo é composto por 09 questões que buscam identificar as principais características dos empreendedores de sucesso, clientes CEAPE/PB em atividade, no município de Campina Grande.

Segundo Nogueira (1968, p.129 apud MARCONI e LAKATOS, 1999, p.114) formulário pode ser definido como:

Uma lista formal, catálogo ou inventário destinado à coleta de dados resultantes quer da observação, quer de interrogatório, cujo preenchimento é feito pelo próprio investigador, à medida que faz as observações ou recebe as respostas, ou pelo pesquisado, sob sua orientação.

Com relação a este instrumento, encontram-se algumas vantagens e desvantagens a seguir e de acordo com Marconi e Lakatos (1999):

Vantagens:

- Pode ser usado em quase todo segmento da população: alfabetizados, analfabetos, populações heterogêneas etc; tem-se a oportunidade de estabelecer

feedback devido ao contato pessoal; os objetivos da pesquisa podem ser melhor explicados devido a presença do pesquisador; flexibilidade para adaptar-se às necessidades de cada situação, ajustando o formulário a compreensão de cada informante.

Desvantagens:

- Com a presença do entrevistador diminui-se a liberdade nas respostas; não há tempo para pensar nas respostas, devido ao menor prazo para responder às perguntas; mais demorado por ser aplicado a uma pessoa de cada vez; insegurança nas respostas, por falta do anonimato.

A fim de verificar possíveis falhas na obtenção dos dados da pesquisa, foi realizado um pré-teste com 8 clientes, no dia 12 de março de 2007. O pré-teste tem a finalidade, segundo Marconi e Lakatos (1999), de evidenciar possíveis erros e possibilitar a reformulação da falha no formulário ou questionário definitivo, tendo em vista que nem sempre se podem detectar todas as limitações e problemas, que podem ser: perguntas subjetivas ou mal formuladas, ambíguas, de linguagem difícil, entre outros.

No caso específico, duas questões foram reformuladas, por dificuldade no entendimento por parte dos empreendedores e uma foi retirada visto que apresentava conteúdo redundante.

Os formulários foram aplicados entre os dias 13 de março de 2007 a 30 de março de 2007 onde os entrevistados antes de responderem às perguntas, foram esclarecidos quanto aos objetivos da pesquisa, aos seus direitos quanto ao sigilo e proteção da imagem e quanto ao direito de recusar-se a participar da pesquisa, sem que disto lhe resultasse algum prejuízo. O local onde os mesmos foram aplicados foram dois: quando os clientes chegavam a instituição para renovar o crédito ou no endereço do microempreendimento do cliente.

4.1.4. Instrumento de análise dos dados

Na última fase de análise de dados, foi realizada uma tabulação computadorizada e posteriormente expressa em tabelas para melhor visibilidade e representatividade da análise dos dados obtidos. Tabulação é definida por Abramo (1979 apud MARCONI e LAKATOS,

1999,p.146) como sendo “a arrumação dos dados em tabelas, de maneira a permitir a verificação das relações que eles guardam entre si”.

A tabulação é expressa quantitativamente através de dados numéricos e posteriormente revertidos em reflexões e comparações com o embasamento teórico já exposto a fim de haver equivalência e coerência com o estudo abordado. Contudo, utilizou-se recursos do tipo média por questões e por variável. O uso da média se deu com o objetivo de resumir as diversas respostas dadas pelos entrevistados e transformá-la em apenas um dado aproximado da resposta registrada pela maioria. Os programas de software utilizados para a tabulação foram o Excel e o Acess.

4.2. Apresentação e Análise dos Resultados

O CEAPE/PB no município de Campina Grande, excluindo-se os distritos de São José da Mata e Galante, possuía 406 clientes ativos em 30/03/07. Destes, 74,02% são mulheres e 25,98% são homens. Com relação ao setor de atuação, 77,17% pertencem ao setor Comércio, 9,45% ao setor Produção e 13,39% ao setor Serviço. Ainda com relação aos setores de atividade, pode-se observar que comércio é o setor mais predominante entre os clientes que retiram crédito na instituição, ainda destes 77,17%, que correspondem a 313 clientes, 24,41% trabalham comercializando alimentos e 40,16% comercializam com vestuário. Assim, pode-se afirmar que a maioria dos clientes CEAPE/PB comercializa roupas ou alimentos.

Os dados documentais do CEAPE/PB foram tratados a partir do próprio banco de dados, o qual foi terceirizado com um programador uma *query analyzer*⁵ para filtrar todos os dados disponíveis dos clientes que receberam microcrédito na Instituição, que eram do setor informal, que apresentavam mais de 5 anos de atividade e que possuíam o empreendimento como única e exclusiva fonte de renda. Desse filtro, foram considerados 251 clientes ativos em 30/03/07, que se enquadravam nos critérios que foram delimitados para a amostra.

Foram utilizadas, fundamentalmente, três tabelas do banco de dados da Instituição, a saber: clientes, Ficha de Informação Básica da Atividade Econômica (FIBAE)s e créditos liberados. Esses dados, após o tratamento específico, foram exportados para planilha eletrônica, para a análise descritiva. Para esta foi utilizado um software específico, tendo sido exportados os

⁵ Programação que busca informações mais elaboradas, diretamente no banco de dados.

dados relativos aos empreendimentos e empreendedores que possuíam crédito aberto na instituição em 30/03/07.

As principais variáveis trabalhadas para os empreendimentos, na análise descritiva, foram: *setores e ramos de atividades, tempo de funcionamento, média de lucro, concorrência local e forma de aquisição de capital para iniciar o negócio*. Quanto às características dos empreendedores, foram eleitas: *sexo, nível de escolaridade, estado civil, condições de moradia e a vontade de crescer*. Finalmente, têm-se as características subjetivas dos empreendedores, como a transparência das informações, nestas o próprio técnico de crédito põe a sua opinião acerca do nível de transparência do empreendedor ao responder as perguntas por ele perguntadas quando da visita ao seu empreendimento.

Os dados coletados referem-se à pesquisa realizada junto a 53 empreendedores do setor informal do município de Campina Grande, que apresentavam mais de 5 anos de atividade e que possuíam o empreendimento como única e exclusiva fonte de renda.

4.2.1. Perfil dos empreendedores pesquisados

O perfil dos empreendedores pesquisados foi obtido a partir do banco de dados da instituição, o INFOCRED. Esses dados são preenchidos pelo técnico em crédito no momento que é efetuado o cadastro do cliente junto à instituição ou quando o técnico faz a visita ao empreendimento do cliente. No momento que o cliente respondia o formulário proposto, seu nome era lançado no sistema, de onde foram obtidos os dados que serão apresentados neste tópico.

Os sujeitos da pesquisa foram os clientes CEAPE/PB do setor informal, com mais de 5 anos de atividade, que possuíam o empreendimento como única e exclusiva fonte de renda e que desenvolvem suas atividades profissionais no município de Campina Grande. Os dados referentes às respectivas **áreas de atuação** dos sujeitos estão divididos da seguinte forma: 77,36% área de comércio; 13,21% área de indústria; 9,43% área de serviços. Assim, percebe-se claramente que comércio é o setor mais presente, com destaque dentre este, para o ramo de confecções em geral. Com relação ao **sexo**, 30, 19% foram do sexo masculino e 69,81% do sexo feminino. Dentre os clientes ativos do CEAPE/PB, as mulheres representam maioria, em todos os postos de

atendimento da instituição. Já O **nível de escolaridade** dos pesquisados encontra-se distribuído da seguinte forma:

Tabela 1 –Distribuição percentual dos pesquisados segundo o nível de escolaridade

Nível de Escolaridade	%
Analfabetos	3,77
1º grau incompleto	43,40
1º grau completo	18,87
2º grau incompleto	9,43
2º grau completo	20,75
Superior incompleto	1,89
Superior completo	1,89
Total	100,00

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados filtrados do INFOCRED.

O baixo nível de escolaridade é predominante nos clientes ativos do CEAPE/PB e, conforme pode ser observado na Tabela 1, 43,40 % dos empreendedores apresentam apenas o primeiro grau incompleto. O percentual de empreendedores com curso superior é inferior ao percentual de analfabetos, correspondendo a 1,89% e 3,77%, respectivamente. A partir desses dados, pode-se perceber que o grau de escolaridade e criação de microempreendimentos são inversamente proporcionais, ou seja, quanto maior o grau de escolaridade, menor a incidência de empreendimentos e vice-versa.

No tocante ao **estado civil**, 73,58 % dos empreendedores são casados, e 24,53 % são solteiros e 1,89% divorciados. Dos clientes pesquisados, nenhum deles declararam-se viúvos, separados ou “amigados”, conforme denominação existente no banco de dados do CEAPE/PB e que corresponde, aqueles que não são casados formalmente. Um dos critérios de seleção da amostra foi o empreendedor possuir o negócio como única e exclusiva fonte de renda, assim,

pode-se concluir que, os empreendimentos na sua grande maioria 73,58%, são responsáveis pela sustentação de no mínimo duas pessoas, ou seja, marido e mulher.

Conforme dados da Tabela 2, a **origem do capital**, ou a fonte de capital, para a abertura da grande maioria dos pequenos empreendimentos, é oriundo de economias individuais (75,47%), em segundo, tem-se a venda de bens imóveis para a abertura do microempreendimento (7,55%) e em seguida, aparece empréstimos para abrir o negócio (5,66%), recursos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), 5,66%, que o empregado recebe por ocasião da rescisão de contrato por dispensa sem justa causa e lucros advindos de outros pequenos empreendimentos existentes antes do atual (5,6%), apresentando percentuais idênticos essas três últimas opções.

Pelos dados expostos, tem-se que os empreendedores economizam dinheiro para abrir seu pequeno negócio, demonstrando assim, a grande capacidade de se autodesenvolver sem recursos financeiros de terceiros, como empréstimos, por exemplo.

Tabela 2 – Distribuição percentual dos pesquisados segundo fontes de origem do capital para abertura do empreendimento

Origem do capital para abertura do Empreendimento	Em %
Economias	75,47
Venda de bens	7,55
Empréstimos	5,66
FGTS	5,66
Negócio	5,66
Total	100,00

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados filtrados do INFOCRED.

No tocante ao quesito **lucro** (receita menos despesa) advindo das atividades do empreendimento, tem-se que 52,83% dos pesquisados retiram 50% de lucro na sua atividade; 28,30% retiram 40%; 9,43% retiram 30%; 3,77% retiram 60%; 3,77% retiram 70% e 1,89% retiram 35%. Essa relação está demonstrada na tabela 3.

Tabela 3 – Distribuição percentual dos pesquisados segundo percentagem de lucro advinda do empreendimento

Percentagem do lucro	Percentagem de pesquisados %
50%	52,83%
40%	28,30%
30%	9,43%
60%	3,77%
70%	3,77%
35%	1,89%
Total	100,00

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados filtrados do INFOCRED.

Em vista disso, pode-se observar que a maioria dos empreendimentos apresenta percentuais significativos de lucros, onde mais da metade dos pesquisados retiram 50% de lucros de sua atividade.

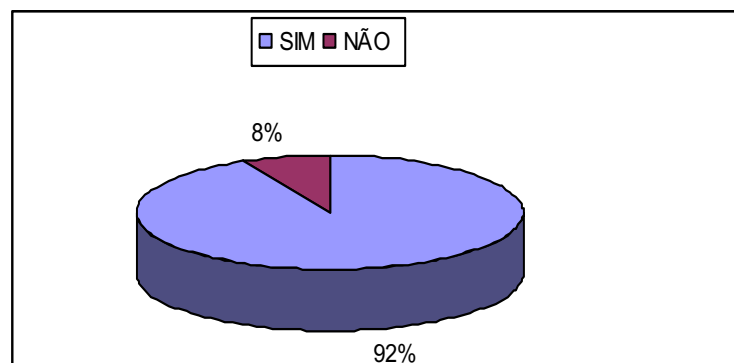
No tocante a **propriedade do imóvel** residencial do empreendedor, tem-se que 84,91% dos pesquisados possuem residência própria, 9,43% moram em residência alugada e 5,66% moram em imóvel cedido ou por outrem. Já com relação ao imóvel comercial do empreendedor, tem-se que 77,36% dos imóveis comerciais são próprios, 13,21% são alugados, 3,77% não apresentam dados, 3,77% o imóvel é cedido, 1,89% o imóvel é financiado. Fazendo uma relação entre esses dados, pode-se perceber que a grande maioria dos pesquisados possui imóvel próprio, tanto residencial, quanto comercial. Essa relação de 77,36% para comercial e 84,91% para residencial, evidencia que grande parte dos estabelecimentos dos empreendedores estão dentro de suas próprias casas, ou seja, não há uma separação de localidade entre ambos.

E por fim, tem-se a **concorrência no local do empreendimento**. O banco de dados, INFOCRED, define a concorrência no local do empreendimento, como alta, média ou baixa. Assim, 77,36% dos negócios possuem uma concorrência média próximo ao empreendimento, 20,75% uma concorrência alta e 1,89% concorrência baixa. Assim, vê-se que, sempre há inúmeros outros empreendimentos sendo desenvolvidos próximos uns dos outros, dessa forma, torna-se de suma relevância, o conhecimento das características essenciais para se alcançar o sucesso, na tentativa de manter-se atuante no mercado.

4.2.2. Vontade de desenvolver outro negócio ou melhorar o atual

Essa questão teve a finalidade de detectar se os empreendedores possuíam o desejo de desenvolver algum outro negócio ou então melhorar o que ele já possui. Quando os clientes foram indagados a respeito dessa questão, 92% responderam possuir a vontade de crescer ou melhorar e apenas 8% disseram não sentir a vontade ou necessidade de crescer. Esses dados corroboram o espírito empreendedor que o cliente CEAPE/PB possui, na medida em que demonstra uma importante característica que todo e qualquer empreendedor deve ter: a perseverança e vontade de trabalhar, melhorando cada vez mais seu negócio. O gráfico 2 mostra essa relação.

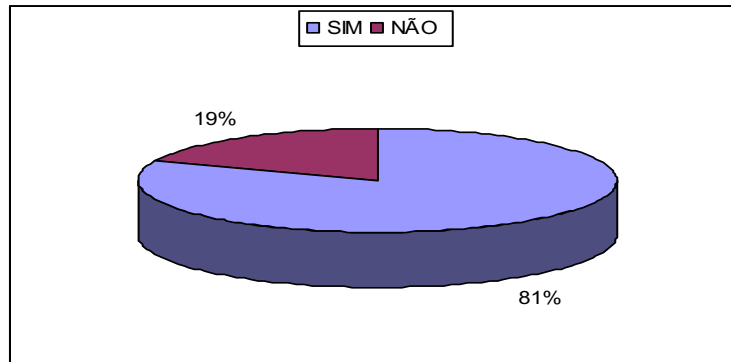
Gráfico 2 – Vontade de crescer ou melhorar o negócio



Fonte: Pesquisa de Campo

4.2.3. Risco em aquisições ou criação de novos empreendimentos

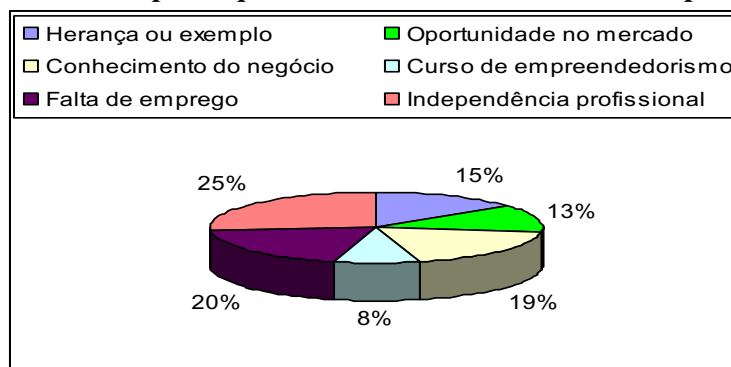
Para o desenvolvimento ou criação de um negócio, o risco sempre persiste, visto que não ainda não são conhecidas as chances do empreendimento ter sucesso ou não. Assim, esta questão teve o propósito de averiguar se os empreendedores precisam saber correr riscos na aquisição ou criação de novos negócios. Conforme o gráfico 3, pode-se perceber que 81% dos empreendedores disseram que se deve analisar a questão do risco e 19% acham que não. Dolabella (1999) e Robbins (2000) afirmam que o empreendedor que almeja o sucesso deve apenas assumir riscos moderados em seu empreendimento.

Gráfico 3– Riscos na aquisição ou criação de novos negócios

Fonte: Pesquisa de Campo

4.2.4. Principais razões para empreender

São diversas as razões pelas quais os indivíduos tornam-se criadores de pequenos negócios. Para analisar essa questão foram apresentadas seis opções fechadas, consideradas como as mais comuns, visando diagnosticar como os indivíduos, clientes CEAPE/PB, tornam-se empreendedores. Os resultados obtidos estão descritos no gráfico 4.

Gráfico 4 – Razões pelas quais os indivíduos tornam-se empreendedores

Fonte: Pesquisa de Campo

Os resultados mais expressivos apontam que as principais razões pelas quais os clientes CEAPE/PB, tornam-se empreendedores no município de Campina Grande são respectivamente por: procurar independência profissional (25%), falta opção de emprego (20%), adquirir conhecimento do negócio por conta própria, ou seja, se informar, abrir o negócio e aprender administrá-lo com a prática diária (19%) e herança ou exemplo dentro da família ou amigos

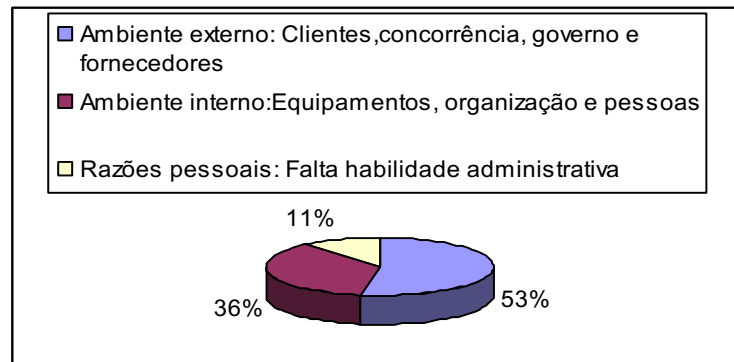
(15%). Os outros fatores com resultados menos expressivos são: identificando uma oportunidade no negócio (13%) e através de cursos de empreendedorismo (8%).

Pelos resultados, pode-se observar claramente que as pessoas, cada vez mais, ao criar micro negócios, tentam responder às oscilações do mercado de trabalho atual, dentre as principais pode-se citar o alto nível de desemprego, a instabilidade operante e crescentes exigências por parte dos empregadores no que diz respeito às qualificações dos empregados. Dessa forma, a presente pesquisa apenas corrobora a situação atual, onde 25% dos empreendedores buscam independência profissional através da criação de seus negócios e 20% abriram por falta de opção de emprego, ou seja, quase 50% dos entrevistados, somando-se as duas opções.

Deve-se observar a discrepância entre a pesquisa de campo e a revisão da literatura do trabalho, condizente à criação de um empreendimento no setor informal como alternativa ao desemprego. Os dados da pesquisa mostram que a maioria dos clientes não declarou que se tornaram empreendedores pela falta de opção de emprego, mas sim em busca de independência profissional (25%). Assim, pode-se deduzir que, os clientes na tentativa de demonstrarem a melhor auto-imagem possível, não tenham escolhido a opção falta de emprego, visto que neste caso, quem se tornou empreendedor por não ter conseguido encontrar espaço no mercado de trabalho como empregado, poderia ser taxado como alguém incompetente.

4.2.5. Principais causas do insucesso no empreendimento

Quanto às principais causas que levam os empreendedores ao insucesso profissional, os resultados apontam que a principal razão se refere ao ambiente externo que circundam o negócio, onde 53% dos empreendedores alegaram ser esse o principal motivo, correspondendo assim, a mais da metade dos entrevistados. As principais questões inerentes ao ambiente externo do negócio são: a falta de clientes que faz com que seus produtos não vendam tanto quanto se espera, o aumento da concorrência nas redondezas do empreendimento, dificultando assim manter o cliente fiel, as políticas do governo que não ofertam programas ou projetos, tendo em vista o aperfeiçoamento e melhoramento do setor informal, e por último os fornecedores, que podem ofertar produtos com falta de qualidade ou não dispor de matéria prima no momento solicitado.

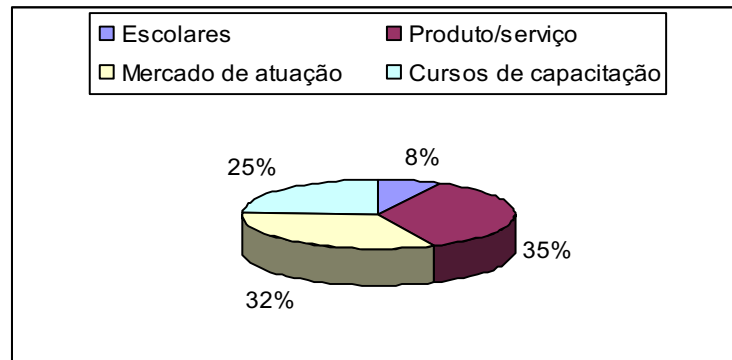
Gráfico 5 – Causas do insucesso no empreendimento

Fonte: Pesquisa de Campo

O insucesso empreendedor decorrente de problemas referente ao ambiente interno ao empreendimento aparece um segundo lugar como principal motivo do insucesso no negócio, representando 36% do total. O ambiente interno envolve aspectos ligados à falta de equipamentos adequados e mais eficientes que poderiam acarretar maior produtividade e qualidade à produção do bem ou prestação do serviço, a manutenção de suas despesas operacionais e as vendas à prazo que são efetuadas e muitas vezes, não são pagas dentro do prazo estimado, dificultando assim, sua operacionalidade. Ainda dentro da mesma questão, também faz parte do insucesso empreendedor referente ao ambiente interno do negócio, a formação de equipes de trabalho ineficiente, ou seja, aquelas que não possuem habilidades adequadas para atuar em um negócio. A falta de competência do próprio empreendedor não apresentou grandes percentuais, sendo 11%. O gráfico 5 apresenta essa relação.

4.2.6. Características relacionadas ao conhecimento

O conhecimento corresponde ao “Saber” necessário para se chegar ao sucesso. Conforme gráfico 6, as principais características imprescindíveis ao sucesso relacionadas ao conhecimento, citadas pelos empreendedores para se chegar ao sucesso foram: conhecer muito bem o produto ou serviço, representando 35% do total, em seguida, 32% disseram ser conhecer muito bem o mercado de atuação, 25% dos entrevistados alegaram que fazer cursos de capacitação constantemente é o tipo de conhecimento mais significativo para se alcançar o sucesso. O item conhecimentos escolares não obteve resultados expressivos, proporcionalmente aos descritos anteriormente, ficando com 8%.

Gráfico 6 – Conhecimentos que contribuem para o sucesso no negócio

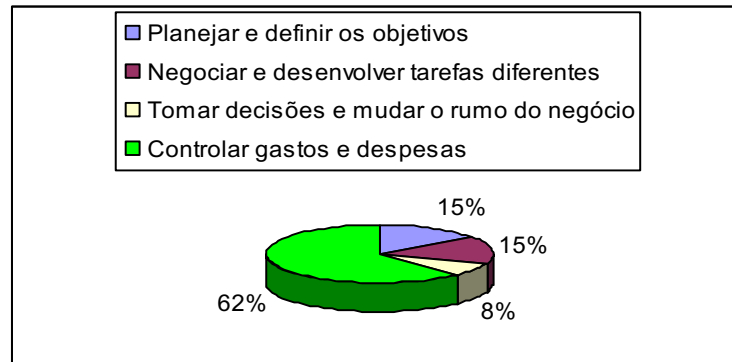
Fonte: Pesquisa de Campo

Pode-se perceber pelos resultados da pesquisa, que não houve divergências significativas entre os conhecimentos essenciais para se alcançar o sucesso, citados pelos referenciais teóricos e aqueles descritos pelos próprios empreendedores pesquisados. Torna-se muito mais relevante o indivíduo conhecer as variáveis pertinentes ao mercado e ao seu produto e/ou serviço do que os conhecimentos teóricos, visto que o nível escolar nem sempre influi para o sucesso no empreendimento, pois conforme a pesquisa, a grande maioria dos entrevistados não possuíam altos níveis escolares, mas mesmo assim, seus empreendimentos persistem no mercado há anos.

Entretanto, o conhecimento adquirido através de cursos específicos ou escolares (englobando aqui, desde ensino básico até o mais alto nível de graduação) não devem ser desconsiderados pelos empreendedores, visto que ao tomar decisões, as incertezas e os riscos diminuem quando se dispõe de uma ampla gama de conhecimento.

4.2.7. Características relacionadas às habilidades

Habilidade, segundo Ferreira (1993) é a aptidão ou capacidade de se fazer algo. Neste contexto, correspondem ao “saber fazer” de um empreendedor. Conforme gráfico 7, a principal habilidade descrita pelos empreendedores para se chegar ao sucesso, que corresponde a 62% das respostas foi o controle dos gastos e despesas inerentes ao negócio, em segundo aparece com 15% planejar e definir os objetivos do negócio e com 15% também negociar e desenvolver tarefas diferentes. E por último com 8% tomar decisões e mudar o rumo e metas do negócio, quando necessário.

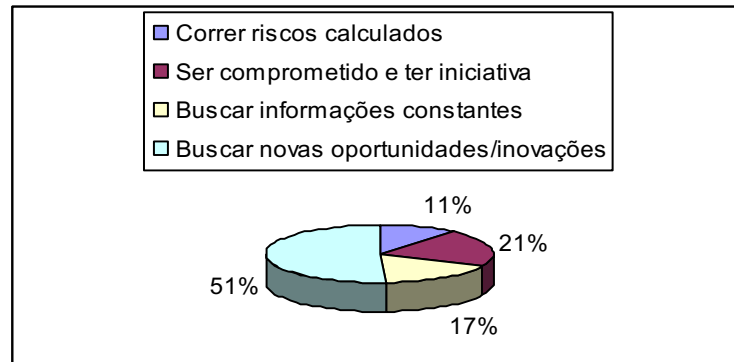
Gráfico 7 – Habilidades que contribuem para o sucesso no negócio

Fonte: Pesquisa de Campo

Com relação à habilidade, percebe-se claramente a ênfase excessiva dos empreendedores pesquisados em relação às habilidades técnicas, conforme descrito por Dornelas (2005), onde as habilidades gerenciais e pessoais ficam em segundo plano. Assim, percebe-se nessa questão, diferenças bastante significativas, visto que uma foi citada como de grande relevância para os pesquisados e não tão importante para os referenciais teóricos.

4.2.8. Características relacionadas às atitudes

Atitude, segundo Amora (1999) são ações em face de determinadas situações que os indivíduos desenvolvem. Segundo o gráfico 8, o item buscar novas oportunidades e inovações constantemente, correspondendo a 51% das respostas, foi o que obteve maior predominância. Em seguida, 21% disseram que ser comprometido e ter iniciativa era mais a atitude mais importante, 17% alegaram ser buscar informações constantemente acerca do negócio e 11% correr riscos calculados. Com relação à atitude não ocorreram diferenças entre as características descritas pelos autores e as citadas pelos empreendedores. Esses dados apenas ratificam o que os empreendedores responderam nas duas primeiras questões da pesquisa, onde a busca de novas oportunidades prevalece sobre a questão do correr riscos.

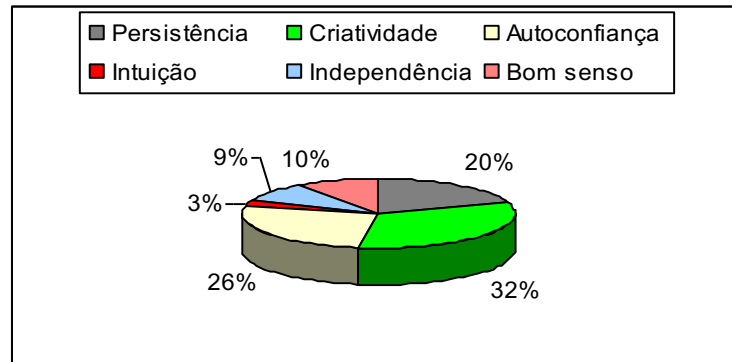
Gráfico 8 – Atitudes que contribuem para o sucesso no negócio

Fonte: Pesquisa de Campo

4.2.9. Características relacionadas ao talento

De acordo com o gráfico 9, os principais talentos citados pelos empreendedores como relevantes para se alcançar o sucesso no negócio foram em ordem decrescente: criatividade (32%), autoconfiança (26%), persistência (20%), bom senso (10%), independência (9%) e intuição (3%). Referente ao talento, não ocorreram diferenças significativas na maioria das características, ressalvando “ter intuição” e “ser independente”. Onde ambas foram bastante enfatizadas pelos estudiosos do assunto e pouco pelos pesquisados. Por outro lado, criatividade e auto confiança foram bastante citadas tanto pelos empreendedores, quanto pelos referenciais teóricos. A partir desses dados, pode-se afirmar que para os empreendedores o que mais importa para administrar seu negócio são dados concretos, baseados em informações reais e não intuições, que se baseiam em aspectos emocionais e experiências passadas. Os empreendedores estão mais preocupados em desenvolver aquelas características técnicas, ou seja, aquelas, que influem diretamente sobre o negócio.

A característica criatividade tende a ser melhorada com o aumento do nível de conhecimento. Através dela, o indivíduo torna-se mais capaz para resolver problemas e criar novas formas de comercialização para seus produtos ou serviços. Enfim, esse conjunto de características (conhecimento, habilidade, atitude e talento) só se torna efetivo de fato, quando desenvolvido de maneira integrada.

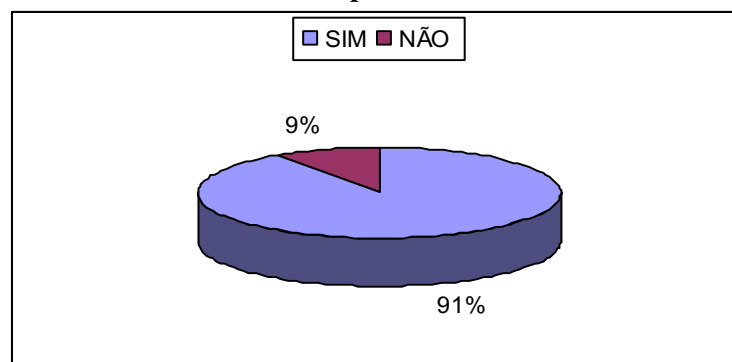
Gráfico 9 – Talentos que contribuem para o sucesso no negócio

Fonte: Pesquisa de Campo

4.2.10. Empreendedor de sucesso

Essa questão foi a última aplicada aos empreendedores e teve a finalidade de averiguar se eles se consideram empreendedores de sucesso. Dos entrevistados, 91% alegaram ser empreendedores de sucesso e apenas 9% não se consideravam. Sucesso é um termo que produz diversas questões, desta forma, para responder esta pergunta, o empreendedor era questionado se houve crescimento e melhoria de seu microempreendimento, desde sua criação, até o momento atual. Quem tem sucesso, cresce de alguma forma, assim, se o empreendedor dissesse que houve crescimento no seu micronegócio, considerava-se como empreendedor de sucesso, caso contrário, não.

Todavia, sabe-se que a pesquisa torna-se limitada, ao associar sucesso a crescimento ou melhoria, visto que o sucesso empreendedor depende da conexão de muitos fatores (já abordados no decorrer do trabalho) e nunca é garantido. Os dados relativos a essa questão encontram-se no gráfico 10.

Gráfico 10 – Empreendedores de sucesso

Fonte: Pesquisa de Campo

CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, a economia brasileira vem passando por profundas transformações sócio econômicas, que acarretaram crescentes e rápidas mudanças na organização da produção, do trabalho e nas ofertas de emprego. Os postos de trabalho reduziram consideravelmente, a instabilidade nos empregos aumentou e como consequência as pessoas passaram a buscar por independência profissional, criando seus próprios empreendimentos.

Nesta pesquisa, buscou-se verificar as principais características inerentes aos empreendedores clientes CEAPE/PB, do município de Campina Grande – PB. Ao analisar 53 empreendedores do setor informal, observou-se que a formação deste, entre os clientes CEAPE/PB, está intimamente relacionada ao estilo de desenvolvimento adotado no país, onde há falta de emprego e instabilidade constante nos postos de trabalho.

Dentro das questões abordadas por este trabalho, foi possível evidenciar vários fatores, dentre eles, quanto ao surgimento do indivíduo empreendedor, cliente CEAPE/PB. O empreendedorismo surge, principalmente, devido ao fato das pessoas buscarem independência profissional e como uma resposta ao mercado, que não possibilita oportunidades de emprego. Desta forma, algumas descrições observadas na revisão da literatura, de que no Brasil, grande parte dos empreendedores surge por falta de opção de emprego, não precede como motivo maior aos clientes CEAPE/PB.

Identificou-se também que, a grande maioria dos clientes (salvo uma pequena porcentagem pouco representativa em relação ao total) pretende atingir algo em comum: aumentar a eficiência nos seus negócios, através de melhorias ou criação de novas oportunidades no negócio.

Quanto as principais causas de insucesso nos negócios, o ambiente externo (as políticas de governo, os clientes, os concorrentes e as pessoas que trabalham no negócio) mostrou-se como extremamente relevante e crucial, na medida em que representou mais de 50% das respostas. Contudo, torna-se necessário ressaltar o fato de que, apesar da pesquisa evidenciar apenas uma variável como maior contribuinte, todas as três relacionadas, ambiente interno e externo do empreendimento e a falta de competência do empreendedor, merecem ser consideradas por este no desenvolvimento do seu empreendimento.

Com relação às características (conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos) evidenciou-se que as principais descritas pelos pesquisados e aquelas evidenciadas pelos autores possuem divergências. Os empreendedores dão maior ênfase as características técnicas condizentes ao empreendimento, ou seja, aquelas tidas como essenciais no negócio, a exemplo, compras e vendas, que não requerem amplos conhecimentos e controles e as executam através de suas próprias experiências.

Contudo, eles precisam atentar-se ao fato de que todas as características precisam ser consideradas para que eles se mantenham atuantes no mercado, pois ao desenvolver apenas uma ou outra característica, eles não possuirão condições de permanecer por muito tempo no empreendimento.

Portanto, esta pesquisa torna-se importante para o sucesso do empreendedor, cliente CEAPE/PB, pois os resultados obtidos representam ações comprovadas de indivíduos experientes e que se melhor estudadas, podem contribuir para o aumento das chances de sucesso e conseqüentemente, possibilitar uma melhoria da vida dessas pessoas, na medida em que, conforme pode ser visto no decorrer do trabalho, a criação do empreendimento no setor informal tem um impacto muito mais social do que econômico.

Durante a realização da pesquisa foi possível detectar alguns pontos que precisam ser melhorados para que haja maior confiança e segurança sobre os resultados da pesquisa e sobre as características que permeiam os empreendedores clientes CEAPE/PB.

Primeiramente, em pesquisas futuras dever-se-ia modificar o tipo de amostra selecionado ou então aumentar o tamanho da amostra, assim seria possível averiguar se essas características são condizentes a todos os empreendedores. Como segunda sugestão, tem-se um estudo mais aprofundado das principais causas da criação do empreendimento. A pesquisa mostrou ser a busca por independência profissional o principal motivo, resultado este que se diferencia do referencial teórico, que aponta como principal causa do empreendedorismo no setor informal, a falta de emprego. E por ultimo, o CEAPE/PB poderia desenvolver cursos de capacitação e palestras para os clientes direcionados as suas principais características empreendedoras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORA, Antônio Soares. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 6.ed . São Paulo: Saraiva, 1999
- BIRLEY Sue; MUZYKA Daniel. **Dominando os desafios do empreendedor**. Tradução Cláudio Ribeiro de Lucinda. São Paulo: Makron Books, 2001.
- CACCIAMALI, Maria Cristina. **Globalização, informalidade e mercado de trabalho**. Anais do 2º encontro regional da ABET, vol 1. 1999 p.369-388.
- CEAPE NACIONAL. **Manual para operadores de microcrédito: uma experiência do sistema CEAPE**. Brasília, 2003.
- CERVO, Amado Luiz. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. 3 ed. Colaboração Alcino Bervian. São Paulo: Mc Graw Hill, 1983.
- DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual**. Tradução Lenke Peres. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237p. Tradução de Working Knowledge.
- DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1989.
- DE SOTO, Hernando. **Economia Subterrânea: uma análise da realidade peruana**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.
- DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 275 p.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **O melhor de Peter Drucker: a administração**. São Paulo: Nobel, 2001.
- EMPREENDEDORISMO caminho para ousadia jovem. **Revista Agitação**. São Paulo, n.58. p.16-23. jul/ago 2004.
- ESPÍRITO empreendedor impulsiona carreira. **Revista Agitação**. São Paulo, n.41. p.20-23. set/out 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

GONÇALVES, Alexandre. Da Garagem para o Sucesso. **Revista Empreendedor**. [S.l.] Empreendedor, ano 9, n.107, set.2003.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – 2005**: relatório nacional. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), 2006.

GUIA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Como montar seu próprio negócio**. São Paulo: Globo, 2002.

MACHADO, José Roberto. **A arte de administrar pequenos negócios**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MAMEDE, Ronney Robson. **Educação Em Empreendedorismo Como Fator de Desenvolvimento Econômico**: Uma Proposta Para o Município de Campo Grande-MS. Disponível em: <<http://www.icesi.edu.com.br>>. Acesso em: 25 jan.2007.

MANUAL DO PARTICIPANTE DO PROJETO EMPRETEC. **Sebrae**. Paraíba: Sebrae, 2001. Anual.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARANHÃO, Magno de Aguiar. Empreendedorismo veio para ficar. **Revista Agitação**. São Paulo. n.48. p-54-56. nov/dez 2002.

MELO, Hildete Pereira; TELES, Jorge Luiz. **Serviços e informalidade**: o comércio ambulante do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. Texto para discussão, n.773.

NASAJON, Claudio et al. **Administração empreendedora**: teoria e prática usando estudos de casos. Rio de Janeiro, Elsevier, 2004.

NETO, Giuseppe Hilário. **Diagnostico e Análise do Perfil do Empreendedor Joseense**. 2004. 115 p. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional) Departamento de Economia, Contabilidade e Administração da Universidade de Taubaté, Taubaté-SP. Disponível em <www.unitau.br/prppg/cursos/ppga/mestrado/2003> Acesso em 04/03/07.

RESENDE, Enio. **O Livro das Competências**: desenvolvimento das competências. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

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

ROCHA, Sônia. **Pobreza no Brasil. O que há de novo no limiar do século XXI?** Economia, Rio de Janeiro, v. 2, nº. 1, p. 73-106, jan/jun. 2001.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SEBRAE. **Curso online Aprender a Empreender**. Disponível em [http://<www.sebrae.com.br/cursos>](http://www.sebrae.com.br/cursos) no período de 14/11/05 a 13/12/05

_____. **Índice de mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil**. Disponível em [http://<www.sebrae.com.br>](http://www.sebrae.com.br). Acesso em 20/01/07.

SILVA, Hélio Eduardo da. Empreendedorismo: o caminho para o século XXI. **Revista Sebrae**, Brasília, n.4, p. 81-91, mai/jun 2002.

SOLIMEO, Marcel Domingos. As PME's e a retomada do desenvolvimento. **Estudos Sebrae: uma publicação Sebrae/SP**. n.5. p.7-13. set/out 1994.

THEODORO, Mário. **As bases da política de apoio ao setor informal no Brasil**. Brasília: IPEA, 2000. Texto para discussão, n. 762.

TRAJAN, Roberto Adami. Qual é o seu mercado? **Revista Empreendedor**. [S.l.] Empreendedor, ano 9, N° 107, set.2003.

URANI, André. Com o foco nos pequenos. **Revista Sebrae**. Brasília, n.4, p. 7-15, jul/ago 2002.

UTIYAMA, Cássio Henrique. Empreendedores do Novo Brasil. **Revista Você S/A**, São Paulo. n. 84. p.42-50, jun.2005.

VASCONCELOS, Marcos Antonio Sandoval de. **Economia Brasileira Contemporânea**. São Paulo: Atlas, 1999.

VERGARA, Sylvia Constant. **Planejamento e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

APÊNDICES

FORMULÁRIO - Identificação do perfil dos empreendedores, clientes CEAPE/PB, da cidade de Campina Grande

Este formulário tem a finalidade de coletar dados para a elaboração do relatório final de pesquisa em Administração da Universidade Federal de Campina Grande. Tais informações serão utilizadas unicamente para fins acadêmicos, como também, serão preservados os dados individuais dos clientes, tendo em vista a confidencialidade.

1. Você pensa em desenvolver futuramente algum outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade?

sim não

2. Você considera que um empreendedor sabe correr riscos em aquisições ou criação de novos negócios?

sim não

3. Como você se tornou um empreendedor? (Você pode indicar mais de uma opção).

- Herança ou exemplo dentro da família/amigos
- Identificando uma oportunidade no mercado
- Adquirindo conhecimento do negócio por conta própria
- Fazendo curso de empreendedorismo
- Por falta de opção de emprego
- Procurando independência profissional

4. Se você já teve insucesso em algum negócio como empreendedor, assinale o principal motivo (e se não teve, assinale a opção que você considera como mais decisiva para o insucesso).

- Falta de clientes, aumento da concorrência, políticas do governo, fornecedores sem qualidade
- Falta de equipamentos, falta de organização administrativa, trabalhar com pessoas com pouca qualificação profissional
- Minha falta de habilidade administrativa

5. Que tipo de conhecimento você considera imprescindível para se alcançar o sucesso?

- Conhecimentos escolares
- Conhecimento do produto ou serviço
- Conhecimento do mercado de atuação
- Conhecimento através de cursos de capacitação

6. Que tipo de habilidade você considera essencial para se alcançar o sucesso no negócio?

- planejamento e definição de objetivos relacionados ao negócio
- saber negociar e saber desenvolver tarefas diferentes
- saber tomar decisões e mudar o rumo do negócio
- controle constante dos gastos e despesas

7. Que tipo de atitude é necessária para o sucesso no negócio?

- correr riscos calculados
- ser comprometido e ter iniciativa
- buscar informar-se constantemente
- buscar novas oportunidades ou inovações

8. Que talentos ou aptidões você considera mais essencial para o sucesso no negócio? (Você pode escolher até duas alternativas).

- persistência
- criatividade
- auto confiança
- intuição
- independência
- bom senso

9. Você se considera um empreendedor de sucesso?

- sim não